

مدخل إلى الصحافة

دكتور

محمد فريد محمود عزت

١٩٩٣

اهداءات ٢٠٠٢

الدكتور / محمد فريد عزت

مدخل إلى الصحافة

تأليف

دكتور / محمد نريد محمود عزت

(حقوق الطبع والترتيب والنشر محفوظة للمؤلف)

١٩٩٣

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة

إن الحمد لله ، نحمده ، ونستعينه ، ونستغفره ، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ، ومن سيئات أعمالنا . من يهده الله فلا مضل له ، ومن يضلل فلا هادي له ... وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له ، وأن محمداً عبده ورسوله .. وبعد

فإن الفكرة المبدئية الأولى لهذا الكتاب (مدخل إلى الصحافة) .. ترجع إلى العام الدراسي الجامعي ١٩٧٤ / ١٩٧٥ م (١٣٩٤ / ١٣٩٥ هـ) عندما تعاقدت في سبتمبر ١٩٧٤ مع كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز بجدة بالمملكة العربية السعودية ، وذلك لألقاء محاضرات في (فن التحرير الصحفي) بالدورة الصحفية التي نظمتها الكلية - قبل افتتاح قسم الإعلام بها - لبعض العاملين في حقل الصحافة السعودية .

حيث قمت بإعداد مذكرة خطية بالآلة الكاتبة في هذه المواد للدارسين بالدورة ، وبدأتها بتمهيد حول تطور تدريس الصحافة وأهميته في العالم . ثم مدخل حول التنظيم الداخلي للصحيفة ، وخاصة جهاز التحرير الصحفي بها ، وأهم الأقسام والعاملين فيها ، واختصاصات كل منهم ، والشروط الواجب توافرها في كل صحفي للقيام بواجبات عمله علي أكمل وجه ... الخ .. ثم تطرقت إلي الفنون الصحفية المختلفة التي كلفت بتدريسها وهي : الخبر .. المقال .. التحقيق .. الحديث .

بعد ذلك عندما أنشأت الكلية قسماً للإعلام بها ، وبدأت الدراسة فيه في العام الجامعي ١٩٧٦ / ١٩٧٧ م (١٣٩٦ / ١٣٩٧ هـ) كلفت بتدريس تلك المواد الصحفية نفسها .. وسرت في تدريسها علي نفس النسق الذي اتبعته في المذكرة السابق الحديث عنها ، مع بعض التوسع في كل جزئية ، حيث أن الدورة كانت مكثفة لمدة ثلاثة أشهر فقط ، بينما تم توزيع هذه المواد علي أربعة مستويات ، كل مستوى منها في فصل دراسي كامل ، يستمر نحو أربعة أشهر .

وبعد تعديل برامج الدراسة في قسم الإعلام بالكلية تم تحديد مادة مستقلة تحت مسمى (مدخل للصحافة) وكنت من بين المشاركين في تدريسها ، ولكن علي فترات متقطعة ومتباعدة ، مما عطل طبع كتاب فيها .. إلا أنني كنت أقوم بتدريسها علي نفس النسق الذي عليه هذا الكتاب الذي بين يديك ، ولكن كان ذلك في صورة مذكرات

خطية مطبوعة بالآلة الكاتبة . ثم ها هي تلك المذكرات تتطور ، وتحول إلي كتاب مطبوع بحمد الله وقضله .

وقد فرضت طبيعة هذا الكتاب (مدخل إلي الصحافة) اتباع المنهج التاريخي .. والمنهج الوصفي التحليلي .. مع الاستفادة الكبيرة من الكتب والدراسات السابقة ذات الصلة القريبة أو البعيدة بموضوعات هذا الكتاب . فلأصحابها جميعاً ، جزيل العطاء من الله العلي القدير .. ثم مني خالص الشكر والعرفان بالجميل لهم جميعاً ..

وحرصت علي أن يشتمل صلب هذا الكتاب (مدخل إلي الصحافة) علي دراسات حول تطور الصحافة وأهمية تدريسها في مختلف أنحاء العالم ، بالإضافة إلي التعرض للمفهوم الحديث لكلمة (الصحافة) التي تستخدم للدلالة علي معانٍ أربعة ... ومن خلال كل ذلك يتم إعطاء الدارس ، أو القاريء الكريم ، فكرة عامة وواضحة عن ماهية الصحافة ، وأهميتها ، ووظائفها التي تؤديها للمجتمع الحديث .. وكذلك التعرف علي الصحيفة من الداخل ، مع التركيز علي القطاع الصحفي ، وأهم أقسامه والعاملين فيها . وكافة فنون التحرير الصحفي التي يقومون بها .

وعلي ضوء ذلك راعيت أن يكون ترتيب فصول الكتاب علي أساس تخصيص **الفصل الأول** - بمبحثه - للحديث عن نشأة الصحافة وتطور تدريسها في العالم . يلي ذلك التعرف علي المعاني الأربعة لمفهوم الصحافة الحديثة واحداً بعد الآخر في فصول أربعة ... ف جاء **الفصل الثاني** - في مبحثين - متناولاً الصحافة بمعنى الشكل الذي تصدر به الصحف بنوعيتها الرئيسيين من جرائد ومجلات ، وذلك منذ ظهور الصحافة المطبوعة فقط في نهاية القرن السادس عشر ... واستعرض **الفصل الثالث** - في مبحثين - معني الصحافة (بكسر الصاد) ، بمعنى الحرفة والمهنة أي مايتصل بالصناعة والتجارة ، وبالأشخاص الذين اختاروا مهنة الصحافة ... يلي ذلك **الفصل الرابع** - في أربعة مباحث - واستهدف التعرف علي الصحافة (بفتح الصاد) بمعنى المادة التي تنشرها الصحف من أخبار ، ومقالات ، وتحقيقات ، وأحاديث ... الخ . وتناول **الفصل الخامس** - والآخر - الصحافة بمعنى الوظيفة التي تؤديها في المجتمع المعاصر ، وإختتمته بالحديث عن أهم مميزات الصحافة وسليباتها .

ثم لا أدعي أنني أتيت بالقول الفصل في هذا المجال ، فما قدمت هو مجرد محاولة ركزت فيها علي بعض الجوانب ، ضمن محاولات عديدة سبقني إليها زملاء أفاضل ، ركزوا فيها علي جوانب أخرى ، مستهدفين جميعاً من ورائها مصلحة طلبة العلم أولاً وأخيراً ...

والله سبحانه وتعالى أسأل أن ينفع بهذا الكتاب كل الذين يدرسون الصحافة ،
وغيرهم من المهتمين بشئونها ، والعاملين فيها ... وهو جل جلاله من وراء القصد ،
والهادي الي سواء السبيل .

القاهرة (مدينة نصر) في ربيع الأول ١٤١٤ هـ
اغسطس ١٩٩٣ م د. محمد فريد محمود عزت

الفصل الأول

نشأة الصحافة وتطور تدريسها في العالم

بدأت الدوريات المطبوعة في العالم ، بظهور أول صحيفة مطبوعة في نهاية القرن السادس عشر في أوروبا ، أى بعد ابتكار الطباعة بالحروف المتفرقة على يد جوتنبرج بنحو قرن ونصف من الزمان ، حيث كان ذلك الابتكار قد تم في حوالى منتصف القرن الخامس عشر ... بينما نجد أن الجذور الأولى لتدريس الصحافة قد بدأت في أمريكا ، وتعود إلى النصف الثانى من القرن التاسع عشر ، أى بعد مرور نحو قرنين ونصف منذ ظهور أول صحيفة مطبوعة في العالم .

ومعنى ذلك أنه توجد فترة ٢٥٠ عاماً بين بدء ظهور أول صحيفة في العالم ، وبين بدء تدريس الصحافة ... وهذا توضيح أولى وضرورى في هذا الصدد ، لأن البعض من الطلاب الذين يدرسون الاعلام يخلطون بين بدء تدريس الصحافة في العالم وبين ظهور أول صحيفة مطبوعة ، ويعتبرون أنهما قد بدأ في آن واحد ، تماماً مثلما كان يخلط البعض بين بدء استخدام الطباعة وبين صدور أول صحيفة مطبوعة في العالم ، ويعتبرون أن الاثنين قد بدأ في آن واحد .

ولما كان هذا الكتاب - مدخل إلى الصحافة - يهدف إلى إعطاء الطالب فكرة عامة وواضحة عن الصحافة من كل جوانبها ، وخاصة المفهوم الحديث لكلمة الصحافة ، التى تستخدم للدلالة على أربعة معان ، كما سيأتى بيانه في صلب هذا الكتاب فيما بعد ، لذلك فمن المفيد أيضاً - لإكمال ملامح الصورة وتوضيحها أكثر في ذهن طالب الصحافة - اعطاه قبل ذلك فكرة كاملة عن نشأة الصحافة في العالم وتطورها ، وكذلك تطور تدريس الصحافة - ثم الإعلام - في الجامعات والمعاهد والكليات والأقسام المختلفة ، وذلك لأهمية النهوض بمستوى الذين يرغبون في العمل في حقول الإعلام ، لكى تقوم تلك الأجهزة برسالتها على أحسن وجه ، وعلى مستوى عال من الكفاءة والأداء وسيتم كل ذلك من خلال بحثين :

المبحث الأول : نشأة الصحافة وتطورها في العالم .

المبحث الثانى : تطور تدريس الصحافة والإعلام في العالم .

* * *

البحث الأول

نشأة الصحافة وتطورها فى العالم

لقد خلق الله سبحانه وتعالى الانسان ، وخلق معه غريزة حب الاستطلاع ، والبحث ، والتطلع لمعرفة كل ما هو جديد فى الحياة ، للاطمئنان إلى البيئة التى يعيش فيها ، داخليا وخارجيا ... ومنذ وجد البشر ، وبدأ الكلام ، نشأت حاجة طبيعية عند الإنسان ، لأن يقول للآخرين ما يعلم وما يفكر به ، ويعرف منهم كذلك ما يعلمون هم وما يفكرون به ... وذلك لأن طبيعة الانسان الاجتماعية تجعله يهتم بما يدور حوله ، ولا يستطيع الحياة وحده .. ولكى يحافظ على نفسه ، كان لابد من إيجاد وسيلة للتعبير بها عن آرائه ، وآماله ، وألامه وحاجاته إلى غير ذلك ...

وكانت (الصحافة) هى أول وسيلة إعلامية وأقدمها ، استخدمها الانسان لأداء هذه المهمة ، لتوصيله بالعالم الخارجى ، وامتداده بالأخبار والمعلومات عما يحدث خارج بيئته وداخلها .. ومن هنا كانت (الصحافة) منذ القديم تهتم بنشر الأخبار المختلفة ، وشرحها ، والتعليق عليها ، واستمدت من ذلك هذا الشأن العظيم ، والاقبال الكبير عليها ، والتأثير بها ، فى جميع أنحاء العالم .

ويذهب بعض المؤرخين إلى القول بأن (الصحافة) نشأت عند المصريين القدماء والرومان حيث كانوا ينقشون الأخبار على الأحجار ، ويكتبونها على أوراق البردى . ولكن هذا لا يعتبر صحافة بالمعنى الذى نفهمه اليوم ، حيث يرى فريق آخر من المؤرخين ، أن ظهور الصحافة بمفهومها الحالى ارتبط بايتكار جوتنبرج الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة ، فى منتصف القرن الخامس عشر (١٤٤٥) (*) ، وبعد أن شعر الناس بالحاجة إلى الأخبار المطبوعة التى تطلعهم على أهم الأحداث المحلية والعالمية . حيث أمكن عن طريق هذا الاختراع طباعة عدد كبير من النسخ ، مما أتاح وصول الصحف إلى أكبر عدد من القراء ، فى أسرع وقت ، وبجهد وتكاليف أقل مما كان يبذل فى الخبر المخطوط الذى كان سائدا قبل ذلك (١) .

(*) راجع ما يتعلق بالطباعة فى موضعه بالفصل الأول من الباب الأول من كتاب وسائل الإعلام السعودية والعالمية (المؤلف) جدة - دار الشروق - ١٩٩٠ .

(١) خليل صابات / الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم (القاهرة - دار المعارف المصرية - الطبعة الثانية ١٩٧٧) ص ٧٥ وله كذلك وسائل الاتصال نشأتها وتطورها (القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية - الطبعة الثانية ١٩٨٢) ص ٤٧ . وكذلك فاروق أبو زيد / فن الخبر الصحفى (جدة - دار الشروق - الطبعة الثانية ١٩٨٤) ص ٧٥ .

الرسائل الاخبارية المنسوخة :

فقد كانت مظاهر الصحافة الأوربية الأولى ، فى شكل رسائل إخبارية مخطوطة باليد ، ظهرت خلال القرن الرابع عشر فى إيطاليا ، ثم فى إنجلترا وألمانيا ، وكان يكتبها تجار الأخبار تلبية لرغبة بعض الشخصيات الغنية ذات النفوذ الكبير ، والمتعطشة إلى معرفة أهم أحداث العالم . وكان لهؤلاء التجار مكاتب إخبارية حسنة التنظيم ، ظلت تعمل لحسابهم خلال القرن الخامس عشر ، وجزءاً من القرن السادس عشر . وكان يوجد فى مدينة البندقية مكاتب كثيرة من هذا النوع . كما انتشر هذا النشاط الاخبارى فى سائر العواصم الأوربية . وكان كاتب الأخبار يستأجر العبيد الذين يعرفون الكتابة أو يشتريهم ويملى عليهم ما جمعه من أخبار ليدونوها ، ويعدها للبيع والتوزيع على المشتركين ، وخاصة بالنسبة لرسائل الأخبار العامة ، التى كانت تختلف عن رسائل المعلومات الخاصة الموجهة لكبار رجال السياسة والاقتصاد . وكان أشهر هؤلاء المخبرين جميعاً (أخوان فوجرز Fuggers brothers) الذين اتخذوا من مدينة (أوجزبرج^(*) Augsburg) مقراً لهم ، إلى جانب مكاتب إخبارية فرعية فى لندن وباريس وغيرها من العواصم الأوربية ومدنها الكبرى . وكان أخوان فوجرز متخصصين فى أعمال المصارف ، فنشروا إلى جانب الأخبار السياسية والحربية والاجتماعية ، أخباراً تجارية ومالية ، ذات قيمة كبيرة للتجار ورجال المال^(١) .

وفى البداية لم تختف الرسائل الاخبارية المخطوطة ، بمجرد ظهور الخبر المطبوع ، حيث استمر نشاط الرسائل المنسوخة باليد حتى مطلع القرن الثامن عشر ، أى بعد اختراع الطباعة بثلاثة قرون . فقد كانت هذه الرسائل تسد فراغاً كبيراً لا يمكن أن تسده الصحافة المطبوعة فى ذلك الحين ، لأن القيود الحكومية ، والرقابة الصحفية ، وقوانين النشر المختلفة ، كانت تنصب على المطبوعات فقط ، مما جعل لهذه الرسائل الاخبارية المنسوخة أهمية كبرى ، وخاصة عندما تكون الحكومة شديدة فى رقابتها ، أو عندما تصدر المطبوعات أو تعطلها ... كما تقدمت منشورات المناسبات الخيرية المكتوبة باليد خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر ، وقام المخبرون إلى جانب الصحفيين بدور كبير فى تأمين الأخبار ، وشكلوا حتى عام ١٧٨٩ شبكات إخبارية ، تكمل شبكات الصحافة الخيرية المطبوعة^(٢) .

(*) أوجزبرج مركز للفنون والعلوم بألمانيا . وكانت أهم مراكز عمليات البنوك والتجارة فى أوروبا خلال القرنين الخامس عشر والسادس عشر (راجع الموسوعة العربية الميسرة / القاهرة - دار الشعب - الطبعة الثانية ١٩٧٢) ص ٢٥٦ .

(١) ابراهيم امام / وكالات الأنباء (القاهرة - دار النهضة العربية ١٩٧٢) ص ١٤ وكذلك المرجعان الأول والثانى السابقان . وكذلك فرانسوا تيرو - وبيار أليير / تاريخ الصحافة (ترجمة عبد الله نعمان) بيروت - المنشورات العربية - بدون تاريخ ص ٩ .

(٢) وكالات الأنباء / مرجع سابق ص ١٥ وكذلك فن الخبر الصحفى / مرجع سابق ص ٧٥ وكذلك تاريخ الصحافة (فرانسوا تيرو ..) مرجع سابق ص ١٠ .

الخدمات البريدية والصحافة :

ولقد ساعد انشاء الخدمات البريدية على رواج الرسائل الاخبارية المنسوخة ، ثم الصحافة المطبوعة فيما بعد . وكان الغرض من إنشاء هذه الخدمة البريدية ، هو جمع الخطابات والصور في مكان معين ، ونقلها بسرعة وانتظام إلى المرسل إليه ، لقاء أجر معلوم . وكان البريد ينقل بواسطة رسل خاصين لحساب نفر من الناس ، وكان انتظام الخدمات البريدية سبباً مباشراً في تطور الصحافة الاخبارية وسعة انتشارها . وقد كانت مواعيد صدور الصحف تتفق مع مواعيد توزيع البريد . ويلاحظ أن سبب انتشار الصحف الصادرة ثلاث مرات في الأسبوع ، يرجع إلى أن الخدمات البريدية كانت توزع ثلاث مرات أسبوعياً . ولم يكن من الميسور إصدار الصحافة اليومية لولا تقدم الخدمات البريدية . ومن الطريف أن معظم الصحف كانت تحمل اسم البريد مثل (البريد الطائر Flying Post) و(الرسول الأسبوعي Weekly Messenger) و(البريد المسائي Evening Post) و(البريد الليلي Night Post) وغيرها . كما كان ظهور الصحف المسائية ، والصحافة الإقليمية يرجع أيضاً إلى تطور الخدمات البريدية^(١) .

وبالرغم من أن نشأة الخدمات البريدية ، كان نعمة على الصحافة الاخبارية ، إلا أنه كان في الوقت نفسه نقمة أيضاً . حيث كان المسئولون في البريد يحتكرون الأخبار الخارجية ، ويتصرفون فيها كما يشاؤون . وكان أصحاب الصحف يدفعون لمديري البريد اشتراكات سنوية ، نظير الحصول على ترجمة ملخصة للصحف الواردة من الخارج . كما كان بعض مسئولى البريد يرتشون مقابل تفضيل بعض الصحف على غيرها . وأعطائها الأولوية في تسليم الأخبار ، مما جعل جون والتر رئيس تحرير جريدة التيمس اللندنية - على سبيل المثال - يلجأ إلى تعيين مراسلين لصحيفته في الخارج ،

(١) المرجع الأول السابق ص ١٥ ، ١٧ ، ١٨ وكذلك وسائل الاتصال مرجع سابق ص ٤٨ و جدير بالذكر أن الخدمات البريدية نشأت بغرض نقل الخطابات ، ولكنها امتدت فيما بعد حتى شملت نقل الرسائل والطرود والطبوعات والعينات وعمليات تحويل النقود وبعض الأعمال المصرفية . وقد عرف نظام البريد لدى الفرس والعرب والرومان في القرون الوسطى ، وكان أساساً لخدمة الحكومة . ثم نشأت مؤسسات فردية تؤدي خدمات بريدية . وقد ظهرت الخدمة البريدية في فرنسا عام ١٤٦٤ خلال حكم لويس الحادي عشر ، وفي إنجلترا عام ١٤٧٨ في عهد انوار الرابع . وفي ألمانيا عام ١٥٠٢ وكانت أجرة البريد في أول الأمر تدفع نقداً حتى استحدثت طوابع البريد ذات الشئات المختلفة التي تباع وتلصق على الخطابات عام ١٨٣٩ وانتشر ذلك في العالم المتحضر بعد عام ١٨٥٠ وأدخل البريد الجوي عام ١٩١٨ بعد الحرب العالمية الأولى . واستخدم التصوير الفوتوغرافي في نقل الخطابات خلال الحرب العالمية الثانية توفيراً للوزن والوقت . وفي عام ١٨٧٤ كانت قد عقدت اتفاقية دولية لتنظيم الخدمات البريدية بين الدول وأسس اتحاد البريد الدولي (راجع الموسوعة العربية الميسرة / مرجع سابق ص ٣٦٥ و ٣٦٦ وكذلك ^{مؤلف من} مصطلحات الاعلامية / انجليزى - عربى (للمؤلف) جدة - دار الشروق - ١٩٨٤) ص ٢٥٩ .

لكي يحبط مؤامرات رجال البريد ، وكان يشترك في النشرة المترجمة للمراجعة فقط . غير أن رجال البريد - الذين ساءهم ذلك التحدى على احتكارهم للأخبار - كانوا يستولون على الرسائل الواردة من مراسلى التيمس ، ويطلعون على ما فيها ، وكثيراً ما كانوا يعمدون إلى تأخير وصولها للجريدة . وعندما كشفت الصحيفة لأعيب رجال البريد ونشرتتها عام ١٨٠٧ رفع الأمر إلى القضاء ، وحكم على الصحيفة بغرامة قدرها مائتا جنيه تعويضاً واعتذاراً للبريد . ولما عاودت التيمس هجومها مرة أخرى بعد ثلاثة أسابيع وعرض الأمر على النائب العام ، أمر بحفظ التحقيق ، وعدم تقديم الصحيفة للمحاكمة . وفى الولايات المتحدة الأمريكية كان إصدار الصحف مرتبطاً بمدير البريد ، حيث أصدر (جون كامبل) مدير البريد فى بوسطن جريدة (بوسطن نيوز لتر) كما أصدر خلفه (وليم بروكر) صحيفة باسم (بوسطن جازيت) وتعاقب على إصدار تلك الصحيفة خمسة من مديري البريد على التوالى ابتداء من بروكر^(١) .

مما سبق يتضح أن الطباعة والبريد ، كانا بمثابة الأساس المتين لنشأة الصحافة وتطورها ، وفى نهاية القرن الثامن عشر قضت الصحافة المطبوعة على الرسائل الاخبارية المنسوخة ، فقد أدى انتشار المطابع ، ورخص ثمن الصحف المطبوعة ، وسعة انتشارها وزيادة توزيعها ، إلى اختفاء الرسائل الاخبارية المنسوخة نهائياً . وقد بدأ ظهور نشرات الأخبار المطبوعة عندما قامت بعض دور النشر بإصدارها بأرقام متسلسلة ، ولكن بشكل غير منتظم الصدور . ثم ظهرت بعد ذلك نشرات إخبارية مطبوعة فى شكل أجنداث سنوية منتظمة الصدور وتعرف بالتقويمات . وهى مشتقة بدورها من أوائل الروزنامات المطبوعة فى ماينز منذ عام ١٤٤٨ ويرجع أول تقويم فرنسى معروف إلى عام ١٤٨٦ ، وعرفت أولى الوقائع المنتظمة فى ألمانيا فى عام ١٥٨٨ . وطلب الامبراطور الألمانى (رودلف الثانى) فى عام ١٥٩٧ من بعض أصحاب المطابع أن يصدروا نشرات شهرية ، تتضمن أهم الحوادث التى وقعت خلال الشهر . وفى نفس السنة صدرت فى فلورنسة بإيطاليا نشرات مطبوعة أسبوعية اهتمت بالأخبار التجارية . ثم أخذت النشرات الاخبارية الأسبوعية المطبوعة فى الانتشار ، حيث صدرت فى عام ١٦٠٩ مجلة أسبوعية فى مدينة ستراسبورج ، وأخرى مثلها فى مدينة أوجسبورج . وفى السنوات التالية صدرت مطبوعات أسبوعية مماثلة فى بال عام ١٦١٠ وفرانكفورت وفيينا فى عام ١٦١٥ وهامبورج عام ١٦١٦ وبرلين ١٦١٧ وبراغ ١٦١٩ وأمستردام ١٦٢٠ ولندن ١٦٢٢ وفرنسا ١٦٣١ وفلورنسة بإيطاليا ١٦٣٦ وروما ١٦٤٠ ومديرد فى عام ١٦٦١ وأنشأ بطرس الأكبر أول صحيفة روسية فى مدينة سان بطرسبورج عام ١٧٠٣ وكانت هذه النشرات الاخبارية ذات طابع واحد ، وتصدر بمقتضى امتياز تمنحه الدولة أو المدينة ، مقابل فرض الرقابة عليها . وكان محظوراً

(١) وكالات الأنباء / مرجع سابق ص ١٦ و ١٧ .

عليها نشر الأخبار الداخلية ، والاكتفاء بنشر الأخبار الخارجية فقط ، دون التعليق عليها ، وخاصة السياسية والعسكرية منها ، ولأن هذه النشرات جميعاً كانت تصدر بانتظام سواء كانت أسبوعية أو كل أسبوعين ، أو شهرية ، فقد اعتبرت صحفاً ، وشكلت بداية الصحافة في العالم (١) .

الصحافة في أوروبا :

تعتبر فرنسا أول دولة تصدر صحيفة رسمية ، فعندما تقلد (رشليو) (*) مقاليد السلطة في فرنسا ، وأدرك فائدة الصحافة ، وأثرها على الرأي العام . وجد في (تيوفراست رينوي) (**) الرجل الذي يمكن الاعتماد عليه في مثل هذا المجال . فأصدر تيوفراست في ٣٠ مايو ١٦٣١ جريدة (لاجازيت) الأسبوعية شبه الرسمية . وقد عالجت تلك الجريدة الأخبار الداخلية والخارجية المختلفة بعد موافقة أولى الأمر عليها . وأغلب تلك الأخبار تتعلق بالشئون العسكرية ، وأخبار القصر ، ثم الأخبار السياسية التي في صالح الحكومة ، ونصوص القوانين والمراسيم ، والبيانات ، وأخبار المجتمع من زواج ومواليد ووفيات بين الشخصيات البارزة في الدولة . وأخبار الزلازل والعواصف والحرائق والجرائم والقضايا والانتهاكات والعقوبات الخ . وقد كتبت هذه الأخبار بأسلوب مقتضب أشبه بالأخبار القصيرة التي تنشرها بعض الصحف اليومية في الوقت الحاضر . وفي عام ١٧٦٢ أصبحت هذه الجريدة أكبر حجماً وصار اسمها (لاجازيت دوفرانس) وأصبحت في صراحة الجريدة الرسمية بعد أن مرت بفترة كساد خطيرة (٢) .

(١) تاريخ الصحافة (فرانسوا تيرو) مرجع سابق ص ١٠ ، ١١ وكذلك فن الخير الصحفي / مرجع سابق ص ٧٦ ، ٧٧ وكذلك الصحافة / مرجع سابق ص ٧٧ وأيضاً وسائل الاتصال / مرجع سابق ص ٤٩ .

(*) هو أرماني جان دي بلسي رشليو (١٥٨٥ - ١٦٤٢) يعرف بالكاردينال رشليو وعين وزيراً في فرنسا عام ١٦١٦ وصار رئيساً للوزارة الفرنسية عام ١٦٢٤ وحكم فرنسا دكتاتوراً فعلياً حتى وفاته . (الموسوعة العربية الميسرة / مرجع سابق ص ٨٦٨) .

(**) ولد تيوفراست عام ١٥٨٥ في لودن ، ودرس الطب في جامعة مونبيلييه ، وعاد لممارسة الطب في مسقط رأسه ، وسافر إلى باريس عام ١٦١٢ وصار بفضل صلاته طبيباً للملك وفي عام ١٦١٨ قام برحلة طويلة إلى هولندا حيث استطلع دراسة الصحف الأولى ثم عاد إلى فرنسا وأقام بصفة دائمة في باريس عام ١٦٢٥ وافتتح عام ١٦٣٠ مكتباً للاستعلامات والمقابلات والاعلانات .

(٢) اميل يوفان / تاريخ الصحافة (ترجمة محمد اسماعيل محمد) القاهرة - الدار المصرية للطباعة والنشر - بدون تاريخ - الكتاب رقم ١١٨ من سلسلة الألف كتاب) ص ١٦ ، ١٧ وكذلك المرجع الأول السابق ص ١٢ وكذلك المرجع الثالث السابق ص ٧٧ والمرجع الرابع السابق ص ٤٩ .

وحذت معظم دول أوروبا حنو فرنسا ، فأنشأت صحفاً رسمية . وظهرت في بريطانيا أول صحيفة انجليزية يومية عام ١٧٠٢ وهى صحيفة (ديلى كرائنت Daily Courant) وهى أول صحيفة يومية فى العالم أيضا . وقد استمرت تلك الصحيفة فى الصدور حتى عام ١٧٣٥ وفى فرنسا صدرت أول صحيفة يومية باسم (لوچورنال دى بارى Le Journal de Paris) وذلك فى أول ديسمبر ١٧٧٧ م (١) .

وتعتبر جريدة (التايمز The Times) اللندنية فى تاريخ الصحافة ، أم الصحف فى العالم ، ليس لأنها أقدمها ، فهناك أقدم منها كما رأينا ، ولكن لأنها ذات تاريخ عريق ، وتاريخها هو تاريخ الصحافة فى العالم . فقد صدر العدد الأول من التايمز فى أول يناير ١٧٨٥ صحيفة يومية صباحية من أربع صفحات ، معنية بالاعلان والموضوعات التى تخص رجال الأعمال . وقد أسسها (جون والتر John Walter) باسم (ذى ديلى يونيفرسال ريجستر The Daily Universal Register) وبقيت محتفظة بذلك الاسم منذ صدورها إلى سنة ١٧٨٨ حيث أصبحت تحمل اسمها الحالى . وهى أول صحيفة فى العالم تنظم خدمة خاصة بأخبارها الخارجية . كما كانت أول صحيفة فى العالم أيضا تستعمل الطابعات الميكانيكية التى تدار بالبخار ، والتى اخترعها (كونج) الألماني ، وذلك فى ٢٨ نوفمبر ١٨١٤ فزاد من المطبوع من النسخ فى الساعة زيادة كبيرة عن ذى قبل . كما كانت أول صحيفة فى العالم تنظم طرق توزيعها ، فاستعملت قطارات السكة الحديد ، للتوزيع الداخلى بمجرد اختراع القطارات . ويمتلك صحيفة التايمز حاليا الناشر الاسترالى اليهودى روبرت ميردوخ منذ عام ١٩٨١ حيث اشتراها من طومسون مالکها السابق (٢) .

الصحافة فى أمريكا :

وبالنسبة لنشأة الصحافة فى أمريكا ، فبالرغم من أن ظهور أول آلة طباعة فى أمريكا يعود إلى عام ١٦٣٨ ، فقد مضت ٥٢ سنة قبل أن تظهر إلى الوجود أول جريدة أمريكية . وتكمن وراء هذه الجريدة قصة طريفة ، خلاصتها أن الناشر البريطانى (بنيامين هاريس) كان يعمل رئيساً لتحرير إحدى جرائد حزب الأحرار فى لندن ، ولكنه بسبب تجاوز كبير على القانون دخل السجن مدة هاجر بعدها إلى أمريكا ، حيث استوطن فى بوسطن ، كطابع وكبائع لأشياء مضمونة ، مثل التقاويم السنوية ، وكتب مبادئ القراءة . إلا أن رغبته القديمة فى نشر جريدة عاودته من جديد ... وهكذا أصدر

(١) تاريخ الصحافة (فرانسوا تيرو) مرجع سابق ص ١٦ ، ٢٠ وكذلك الصحافة / مرجع سابق ص ٧٨ ، ٧٩ وكذلك وسائل الاتصال / مرجع سابق ص ٥٠ .

(٢) ابراهيم عبده / دراسات فى الصحافة الأوروبية تاريخ وفن (القاهرة - مطبعة جامعة فؤاد الأول - الطبعة الأولى ١٩٥١) ص ٨٩ وما بعدها وكذلك قاموس المصطلحات الاعلامية « للمؤلف » مرجع سابق ص ٣٣٧ .

يوم ٢٥ سبتمبر ١٦٩٠ جريدة (بابلوك أوكيرنس بوث فورين أند دوميسستيك Public Occurrences Both Foreign and Domestic) أى الوقائع الخارجية والمحلية . وقد وعد بإصدار صحيفته مرة فى الشهر أو أكثر من مرة إذا حصلت وقائع مهمة . ولكن هذه الجريدة كانت قصيرة العمر ، فبعد أربعة أيام من صدور العدد الأول ، أصدر الحاكم ومجلس المستعمرة بياناً ألغى بموجبه الصحيفة ، وشجبها لنشرها بعض الشائعات عن ملك فرنسا ، ولانتقادها على الحكومة بعض تصريحها أمر الحرب الهندية الفرنسية ، وهكذا انتهت حياة أول صحيفة أمريكية بعد صدور عدد واحد منها^(١) .

وبعد الغاء تلك الجريدة ، مضى نحو ١٤ عاماً قبل أن تظهر إلى الوجود فى أمريكا جريدة أخرى . ففي ٢٤ أبريل ١٧٠٤ أسس جون كامبل مدير البريد فى بوسطن - وهو من أصل اسكتلندى - جريدة (ذى بوسطن نيوزلتر The Boston News Letter) وعندما فقد كامبل منصبه كمدير للبريد ، ادعى خلفه (ويليام بروكر) بأن ملكية الجريدة يجب أن تصبح لمن يشغل المنصب . وعندما رفض كامبل التخلي عن جريدته ، استاء بروكر فأصدر فى ٣١ ديسمبر ١٧١٩ جريدة إخبارية أسبوعية منافسة باسم (بوسطن جازيت Boston Gazette) وفى العام التالى أعفى بروكر من منصبه كمدير للبريد ، فقام بتسليم جريدته إلى خلفه ، تطبيقاً للمبدأ الذى أعلنه من قبل ، وهو أن مدير البريد هو صاحب الحق فى إصدار الصحيفة الاخبارية . وتعاقب على إصدار تلك الجريدة خمسة من مديري البريد ابتداء من بروكر . وظلت هذه الجريدة صامدة مستمرة فى الصدور حتى عام ١٧٤١ عندما دمجت فى جريدة (نيوانجلند ويكلي جورنال)^(٢) .

وعندما كان بروكر يصدر جريدة (بوسطن جازيت) كان الذى يتولى طبعتها (جيمس فرانكلين) الأخ الأكبر للسياسى المشهور (بنيامين فرانكلين) الذى كان فى ذلك الحين صبيّاً يتمرّن فى المطبعة . على أن خلف بروكر قرر أن ينقل طباعة الجريدة إلى مطبعة أخرى . فأصدر جيمس فرانكلين جريدة (ذى نيو انجلند كورانت The New England Courant) فى ٧ أغسطس ١٧٢١ وكانت تلك الجريدة بمثابة انطلاقة فى الصحافة الأمريكية ، بفضل أسلوبها المرح ، الخفيف الروح فى تغطية مواد كانت الصحافة حتى ذلك الحين تتجاهلها باعتبارها غير جديرة بالنشر . وغابت هذه الجريدة عن الوجود خلال عام ١٧٢٦ .

(١) توماس بيرى / الصحافة اليوم - تطورها وتطبيقاتها العملية (ترجمة مروان الجابري) بيروت - نيويورك - مؤسسة بدران (١٩٦٤) ص ١٢ ، ١٣ ، وكذلك تاريخ الصحافة (فرانسوا تيرود) مرجع سابق ص ١٧ .

(٢) المرجع الأول السابق ص ١٢ ، ١٤ وكذلك وكالات الأنباء / مرجع سابق ص ١٧ والمرجع الثانى السابق ص ١٧ .

وكانت أول صحيفة تؤسس خارج بوسطن هي جريدة (نزي أمريكان ويكلي مركوري The American Weekly Mercury) التي أصدرها (آندرو برادفورد) في فيلادلفيا يوم ٢٢ ديسمبر ١٧١٩ . أما أول صحيفة نشرت في نيويورك فكانت جريدة (نيويورك جازيت New York Gazette) التي أصدرها وليام برادفورد - والد الناشر الفيلادلفي آندرو السابق ذكره - في ٨ نوفمبر ١٧٢٥ ولم تكن أكثر من نشرة رسمية استمرت في الصدور ثمانية أعوام بمساعدة من الحكومة . أما الصحيفة الأبعد أهمية فكانت جريدة (نيويورك ويكلي جورنال New York Weekly Journal) الأسبوعية التي أصدرها (جون بيتر زنجر) في ٥ نوفمبر ١٧٣٣ .. وكانت أول صحيفة أمريكية حاولت الصدور في مواعيد تقل عن الأسبوع ، هي جريدة (بنسلفانيا جازيت Bensevania Gazette) التي أصدرها بنيامين فرانكلين^(*) . وكانت هذه الجريدة استمراراً لمطبوعة دورية كتبها فرانكلين بعنوان (المُرشد العام إلى جميع الفنون والعلوم) وكذلك (بنسلفانيا جازيت) التي كان (صمويل كيمر) أول من أصدرها يوم ٢٤ ديسمبر ١٧٢٨ ، إلا أنه بعد أن واجه الافلاس والفشل باعها إلى فرانكلين بعد تسعة أشهر فقط من إصدارها . فقام فرانكلين بتجربة إصدار الجريدة مرتين في الأسبوع ، إلا أنه عاد بعد مدة قصيرة إلى إصدارها أسبوعياً^(١) .

وتميز النصف الأول من القرن التاسع عشر ، بزيادة عدد الصحف في أمريكا ، وظهور الصحف الشعبية رخيصة الثمن ، والتقدم الآلى في الطباعة ..

فقد تم في هذه الفترة تأسيس بعض أكثر الصحف نجاحاً منها جريدة (نيويورك هيرالد New York Herald) التي أصدرها جيمس جوردن بنيت (١٧٩٥ - ١٨٧٢) في ٦ مايو ١٨٣٥ كما أصدر هوارس جريلى ، جريدة (نيويورك تريبيون New York Tribune) في ١٠ أبريل ١٨٤١ وثمة جريدة كبرى هي (نيويورك تايمز New York Times) التي أصدرها ريموند - وكان أحد العاملين في التربيون - في ١٨ سبتمبر ١٨٥١ وقد أولت هذه الجريدة الأخبار الخارجية اهتماماً مماثلاً لاهتمامها بالأخبار الداخلية^(٢) .

(*) بنيامين فرانكلين (١٧٠٦ - ١٧٩٠) سياسى وناشر وعالم وكاتب وفيلسوف أمريكى عاون في تأسيس جامعة بنسلفانيا عام (١٧٥١) واشترك في صياغة وتوقيع وثيقة اعلان الاستقلال واختير لتوقيع الصلح عام ١٧٨١ مع بريطانيا (الموسوعة العربية الميسرة / مرجع سابق ص ١٢٨١) .
(١) الصحافة اليوم / مرجع سابق ص ١٤ ، ١٥ ، ١٨ ، ١٩ وكذلك تاريخ الصحافة (فرانسوا تيرو) مرجع سابق ص ١٧ .
(٢) المرجع الأول السابق ص ٣٩ ، ٤٠ وكذلك المرجع الثانى السابق ص ٤٧ ، ٤٨ .

الجرائد رخيصة الثمن :

وكانت الصحف في مستهل القرن التاسع عشر ، تباع باشتراك سنوي يتراوح بين ثمانية دولارات وعشرة . ولكن تغيراً طرأ على سعر الجرائد في أول يناير ١٨٢٣ ففي ذلك اليوم اشترك هوارس جريلى في محاولة هامة لبيع صحيفة رخيصة الثمن نقداً في شوارع نيويورك ، وقد أسهم معه في ذلك فرانسيس ستورى والدكتور شيبارد ، الذى اقترح الفكرة على جريلى حيث استلهمها من البائعين الجوالين ، وهم يبيعون الحلوى والفستق والحلى الرخيصة الثمن . وقد طبقوا ذلك على جريدة (مورننج بوست - Morn-ing Post) التى أصدروها وحددوا سعر النسخة في البداية بستين ، وبعد أسبوعين من الفشل خفض سعر النسخة الى سنت واحد ، ولكن المبيع ظل ضئيلاً شحيحاً ، وعلى ذلك فقد آل الى الفشل أول مشروع لبيع جريدة رخيصة الثمن فى الشوارع . ولكن صحيفة أخرى نجحت بعد مدة من العام نفسه فى تحقيق ما أخفق فيه جريلى وهى جريدة (نيويورك صن New York sun) التى أصدرها بنجامين هنرى داي أحد أصحاب المطابع فى سبتمبر ١٨٣٣ (١) .

وفى فرنسا كانت الصحف قبل أول يولييه ١٨٣٦ صحف رأى ، ومخصصة للطبقة الغنية . وكان الاشتراك فيها ثمانين فرنكاً فى السنة . وقد احتكر السوق فى هذا الوقت حوالى عشر صحف ، كان كل منها أرضاء الطبقة البورجوازية الغنية . ثم دخل الميدان (اميل دى جيراردان) وكان صحفياً ذكياً ، تفتق ذهنه عن حيلة تتضمن تخفيض قيمة الاشتراك فى الصحف لزيادة عدد المشتركين . فأسس صحيفة (لابرس La Presse) فى أول يولييه ١٨٣٦ وخفض قيمة الاشتراك فيها الى أربعين فرنكاً بدلاً من ثمانين فرنكاً ، أى الى نصف قيمة الاشتراك فى أغلب الصحف المعاصرة . وأصبح سعر العدد الواحد (١٠ سنتيمات) وقد عمل جيراردان بالنظرية التى أصبحت اليوم أساس كل مشروع صحفى . والتى تقول ان بيع الصحيفة بثمن رخيص ، يرفع عدد نسخها المباعة ، وكلما ارتفع هذا العدد ازداد اقبال المعلنين ، وارتفع سعر الاعلان ، وبذلك يتحقق الربح للصحيفة . وصدقت نظرية جيراردان ، حيث وصل عدد المشتركين فى صحيفته خلال ثلاثة أشهر إلى عشرة آلاف مشترك ، وسرعان ما تضاعف هذا العدد . وقد اضطرت الصحف الأخرى أن تتبع نفس السياسة وتخفيض بدل اشتراكاتها .. والواقع ان نجاح هذه العملية كان كبيراً ، اذ تدل سجلات إدارة البريد الفرنسية ، على أن الصحافة المحلية كانت تتألف من عشرين جريدة ، بلغ عدد مشتركها سبعين ألف مشترك فى عام ١٨٣٥ وتجاوز عدد المشتركين فى باريس فى عام ١٨٣٦ مائتى ألف مشترك فى ستة وعشرين جريدة يومية (٢) .

(١) الصحافة اليوم / مرجع سابق ص ٣٦-٣٨ .

(٢) تاريخ الصحافة (اميل بواغان) مرجع سابق ص ٧٤ ، ٧٥ وكذلك تاريخ الصحافة (فرانسوا تيرو) مرجع سابق ص ٢٨ و ٢٩ وكذلك الصحافة / مرجع سابق ص ٨٢ ، ٨٣ .

ولقد كان تأثير الصحيفة رخيصة الثمن في تاريخ الصحافة ، ذا ثلاثة اتجاهات أساسية هي : أن المنافسة على بيع الصحف في الشوارع أوجدت منافسة مثيرة بين الصحف على تسجيل الإسبق الصحفي ، والانفراد بنشر الأخبار ، مما أدى إلى المزيد من تغطية الأحداث صحفياً .. وكذلك ظهر إلى الوجود بائع الجرائد ، الذي أصبح من المعالم المألوفة في زوايا الشوارع نتيجة لوجود تلك الصحف رخيصة الثمن .. كما أدى هذا السعر المنخفض الى أن أصبحت الجرائد في متناول جميع الطبقات ، بعد أن كانت في متناول القادرين على دفع الاشتراك المرتفع من قبل . وبعد أن أصبحت الجرائد في متناول أصحاب الدخل المنخفض ، صارت مؤسسات شعبية وذلك لأنها وسعت من ميدان تغطيتها للأخبار ، لإرضاء القراء في مختلف المستويات الاقتصادية^(١) .

تقدم الطباعة آلياً:

وفي ذلك العهد أثر التقدم التقني للطباعة تأثيراً كبيراً في مجرى الصحافة .. فقد ظلت طباعة الصحف حوالى مائتى سنة نون تغيير يذكر ، وكان العمال يسبكون الحروف بأيديهم ، وبالرغم من مهارتهم فلم يكن في متناولهم الا جمع وطبع عدد صغير من النسخ في الساعة . وكانت جميع الصحف عند مستهل القرن التاسع عشر ، تستخدم المطبعة اليدوية قديمة الطراز . فلما جاء عام ١٨١٢ كان (فردريك كونيغ) ومساعداه (توماس بنسلى) ، قد اخترعا مطبعة باسطوانة نواة ، تتم بموجبه الطباعة بتدوير الاسطوانة فوق فراش الصفحة المصفوفة . وانطلق الاختراع إلى أوروبا ، وتم احراز مزيد من التقدم عام ١٨٢٢ عندما اخترع (دانيال تريدي ويل) من بوسطن ، مطبعة تدار بالبخار . ثم أدخل عليها (أدمز) تحسينات من ناحية هيكلها وعملها وفعاليتها ، مما جعل العديد من العمليات المطلوبة أقرب الى الآلية . ثم جاء (روبرت هو) الذي امتك فيما بعد براءات اختراعات أدمز عام ١٨٥٨ فزاد من التحسينات على المطبعة ، وواصل تحسين عمليات الطباعة وأصبحت الطاقة الطباعة لهذه الآلة بعد التحسينات عشرين ألف ورقة في الساعة .

وعندما كان القرن التاسع عشر يقترب من عقده الأخير ، ظهر تقدم ميكانيكى أحدث طفرة في عملية طباعة الجرائد ، عندما تمكن (أوتو مارجنتالر) الألماني الذي هاجر إلى مدينة بلتيمور بولاية ماريلاند الأمريكية ، من اختراع آلة (اللينوتيب) التي تصب الحروف وتتضدها في أسطر مسبوكة متماصة . وقد استخدمت هذا الاختراع على نطاق واسع - لأول مرة - جريدة (نيويورك تريبيون) عام ١٨٨٦ وما لبثت (اللينوتيب) أن انتشرت في جميع أنحاء العالم وعمل المخترعون على تحسينها ،

(١) الصحافة اليوم / مرجع سابق ص ٢٨ .

وأصاب عملية طباعة الجرائد تغييراً كلياً ، باستخدام هذه الآلة ، ذلك لأن الجريدة أصبحت قادرة على أن تزيد من عدد صفحاتها ، وقل الوقت الذى كان يفصل بين تحرير الصحيفة وطباعتها . كذلك استنبط (لوريو) الفرنسى فى عام ١٨١٨ حبراً خاصاً بالمطابع يمتصه الورق ويجف بسرعة . وفى العصر نفسه اخترع (سنفلدر) الطباعة الحجرية التى استغلها كبار رسامى الكاريكاتور ، وتغير مظهر الصحف اليومية نتيجة لذلك^(١) .

وهناك اختراعات أخرى ، لم يكن الغرض منها خدمة الصحف مباشرة ، إلا أن أثرها كان كبيراً على تقدمها .. فالسكك الحديدية ، والبواخر ساعدت على انتشار الصحف ووصولها إلى كل مكان ، وجاءت السيارة ثم الطائرة فأصبحتا من وسائل النقل السريع ، ولا تستطيع الصحف الاستغناء عنها .. ثم جاء اختراع التلغراف عام ١٨٣٧ بفضل مورس ، فكان بمثابة قفزة هائلة فى عالم الاتصال غيرت وجه الفن الصحفى . واستخدمته بعض الصحف الأوروبية ابتداءً من سنة ١٨٤٥ وارتبطت فرنسا بإنجلترا تلغرافياً سنة ١٨٥١ عن طريق خط من الأسلاك الممتدة تحت سطح البحر بين كيب جرينية ودوفر . وفى سنة ١٨٥٨ ارتبطت أوروبا بأمريكا عن طريق خط من الأسلاك الممتدة تحت مياه المحيط الأطلسى بفضل سببيروس فيلد . وشمل هذا الاختراع الصحف جميعاً منذ افتتاح الكابل البحرى عبر الأطلنطى عام ١٨٦٦ واستخدمته الصحافة على نطاق واسع . وفى العقد السابع من القرن الماضى تم الاتصال براً وبحراً بين بريطانيا والهند واليابان . كما امتدت الخطوط بين أمريكا وجزر الهند الغربية من جهة ، وبينها وبين أمريكا الجنوبية من جهة أخرى^(٢) .

وفى سنة ١٨٧٥ اخترع ألكسندر جراهام بل التليفون ، فكان بمثابة دفعة قوية للفن الصحفى بصفة عامة . ومنذ سنة ١٩٢٧ أصبح التليفون عاملاً هاماً ورئيسياً لنقل الأخبار عبر المسافات الطويلة ، عن طريق نواثر تربط القارات سلكياً ولاسلكياً ، وأصبحت المدن البعيدة تتصل ببعضها البعض فى ثوان معدودة ، وخاصة بعد أن امتدت خطوط الاتصالات عبر المحيط الهادى . ويعتبر اختراع الراديو أخطر ثورة فى تاريخ الاتصال ، وقد انعكس أثره بشكل واضح على الصحافة . ويرجع اختراع الراديو إلى ماركونى الذى تمكن فى سنة ١٨٩٦ من استخدام هذه الوسيلة اللاسلكية للاتصال لأول مرة فى التاريخ ، وتلاه آخرون فى تطوير استخدامه .. وقد استخدم التليفون اللاسلكى فى أول الأمر بطريقة بدائية ، إلا أنه أخذ فى التطور حتى أصبح

(١) الصحافة / مرجع سابق ص ٨٠ ، ٨١ ، ٨٧ ، ٨٨ وكذلك وسائل الاتصال / مرجع سابق ص ٥٣ وكذلك الصحافة اليوم / مرجع سابق ص ٤٠ ، ٤١ ، ٥١ .

(٢) وكالات الأنباء / مرجع سابق ص ٩١ - ٩٢ والمرجع الأول السابق ص ٨١ والمرجع الثانى السابق ص ٤٥ .

حقيقة عملية ، مع بداية عام ١٩٠٠ وقد ارتبط تطور الراديو ارتباطاً وثيقاً بعمليات جمع الأخبار ، وأصبح من الممكن للصحفيين الاتصال بصحفهم مهما بعدت المسافات .

وبصفة عامة ، فقد أحدث التقدم التقنى تطورات هائلة فى عالم الصحافة ، وحولها من اوضاعها التقليدية القديمة ، الى حالتها الراهنة ، التى تقوم على الحركة والمرونة ، والسبق الصحفى ، اعتماداً على الخبر كعنصر أساسى فى الصحيفة الحديثة . وعندما تحول الاهتمام من المقال الى الخبر ، ارتفعت ارقام توزيع الصحف ارتفاعاً كبيراً . وتعددت مصادر الأخبار لتشمل الأسواق ، والبورصات ، والمحاكم ، والوزارات والمؤسسات والشركات والمنظمات الدولية . ولم تقتصر الأخبار على الجوانب السياسية والاقتصادية ، وإنما تجاوزتها إلى الأخبار المحلية والإجتماعية والثقافية ، وأخبار الحوادث ، والرياضة ، والأخبار الإنسانية والطريفة ، وغيرها^(١) .

وكالات الأنباء :(*)

وهكذا أصبحت الأخبار هى السلعة الرئيسية التى تبيعها الصحف للقراء . ولكنها سلعة غالية الثمن بامطة التكاليف . ومن هنا نشأت ضرورة التعاون بين الصحف لمواجهة هذه النفقات بطريقة تعاونية . ووجدت الصحف ضالتها فى وكالات الأنباء ، التى اتخذت اسمها من طبيعة عملها كوكيل أو ممثل للصحف ، وهى بمثابة جمعية تعاونية تشترك فيها الصحف لجمع الأخبار ، لأن كل صحيفة بمفردها لا تستطيع ان تقوم بهذا العمل ، ولا بد من المشاركة فى النفقات .. فكانت وكالة (هافاس Havas) الفرنسية أول وكالة للأنباء فى للعالم . وقد انشأها (شارل لوى هافاس Charles Louis Havas) عام ١٨٣٥ ثم أصبحت تحمل اسم (وكالة الأنباء الفرنسية) اعتباراً من ٣٠ سبتمبر ١٩٤٤ ومركزها الرئيسى فى باريس . وتلتها وكالة (ولف Wolf) التى أنشأها (برنهارت ولف Bernhart Wolf) عام ١٨٤٩ فى برلين بألمانيا . ووكالة (رويتر Reuter) التى انشأها (بول جوليوس رويتر Paul Julius Reuter) فى لندن عام ١٨٥١ ووكالة (الأسوشيتد برس Associated Press) التى يرجع تاريخ تأسيسها الى عام ١٨٤٨ فى نيويورك ، وأنشئت فيما بعد وكالة (يوناييتد برس انترناشونال United Press International) وهى وكالة أنباء أمريكية تأسست فى ٢١ يونيو ١٩٠٧ باسم (يوناييتد برس أسوسيشن) وأصبحت تحمل اسمها الحالى فى عام ١٩٥٨ بعد أن انضمت اليها وكالة (انترناشونال نيوز سرفيس)

(١) انظر المرجع الأول السابق ص ٢١ - ٢٦ .

(*) راجع الباب الخامس بفصله عن وكالات الأنباء من كتاب وسائل الإعلام السعودية والعالمية (المؤلف) مرجع سابق .

التي كانت قد تأسست بدورها في عام ١٩٠٩ . ووكالة (تاس Tass) السوفيتية التي تأسست في ١٠ يوليو ١٩٢٥ في موسكو وتتبع الحكومة عن طريق مجلس الوزراء^(١) .

وكل هذه الوكالات السابقة وكالات أنباء دولية .. ويوجد إلى جانبها أكثر من مائتي وكالة أنباء محلية في مختلف أنحاء العالم ، حيث ساعدت الأوضاع التي استقرت بعد تقسيم العالم في نهاية الحرب العالمية الأولى ، ثم زيادة عدد الدول المستقلة بعد الحرب العالمية الثانية ، على قيام هذه الوكالات المحلية التي أصبحت كالعلم والنشيد القومي ، والتمثيل الخارجي رمزاً للهوية والاحترام . وترتبط الوكالات المحلية ارتباطاً وثيقاً بالسلطات العامة ، وتعمل على تغطية الأخبار المحلية بصفة خاصة في البلد التي توجد فيها الوكالة بصورة شبه كاملة . وعندما بلغت الصحافة مستوى رفيعاً من التقدم والنضج ، أنشئت أيضاً وكالات متخصصة في النصوص التحريرية ، والوسائل التوضيحية ، كالصور والخرائط والرسوم البيانية وغيرها من الفنون الصحفية . وتغطي تلك الوكالات المتخصصة قطاعاً كبيراً من الأعمال التي يصعب حصرها ، والتي تبدأ من المواد الاعلامية بالمعنى الدقيق من جهة ، كما تشتمل أيضاً على مجال آخر من الأعمال مثل الآداب والفنون والقصص . وهذا النوع من الوكالات المتخصصة لا ينجح إلا في الدول ذات النشاط الصحفي الواسع ، حيث تكون السوق الاعلامية غنية ومتعددة المشارب والاتجاهات^(٢) .

صحافة القرن العشرين :

ولذا وصلنا مسيرتنا مع الصحافة الى القرن العشرين الحالي ، نجد أن طابع هذا القرن كان له تأثيره القوي على تطور الصحافة . فإن هذا العصر هو عصر التقدم التقني ، والشركات الكبرى ، وعصر الصناعة . وقد نمت فيه المدن نمواً هائلاً ، وأدى فيه تحسن وسائل الاتصال والمواصلات وتقدمها ، إلى إلغاء عامل الزمن ، وتقلص المسافات النائية إلى أبعد الحدود . وكان للاكتشافات التقنية العديدة في هذا الزمن تأثيرها في كل قسم من أقسام الجريدة . ففي مكاتب التحرير تضاعفت عوامل كثيرة على تغيير عملية جمع الأخبار كلية ، ومن هذه العوامل الآلات الكاتبة ، التي أدخلت عليها تحسينات زادت من قيمتها العملية ، وظهور المبرقة الكاتبة وتدعى بالانجليزية

(١) راجع معلومات عن هذه الوكالات جميعها في قاموس المصطلحات الاعلامية (للمؤلف) ص ١٥ ، ٣٦ ، ٢٩٢ ، ٣٣٠ ، ٣٥٠ . وأنظر تفاصيل أكثر مطولة عن تلك الوكالات في كتاب (وكالات الأنباء) مرجع سابق كل وكالة في موضعها علي امتداد الكتاب . وكذلك كتاب (دراسات في الصحافة الأوروبية) مرجع سابق عن وكالة الأنباء الفرنسية ص ٣٦ وما بعدها ووكالة رويتر ص ١٤٨ وما بعدها وكذلك وكالات الأنباء في العالم العربي (للمؤلف) ص ٧-١٤ .

(٢) وكالات الأنباء / مرجع سابق ص ٤٠ ، ٤١ ، ٤٣ ، ٤٤ .

(تيليتيب) وهي جهاز لاسلكى بالآلة الكاتبة يلتقط البرقيات المرسلة على موجة خاصة من وكالة الأنباء للجريدة وتسجيلها رأساً بشكل آلى على لفافة من الورق وكذلك ظهور جهاز نقل الصور التليفونى ، وهو جهاز يشبه آلة تلفزيونية ولكنه يسجل ويطبّع الصور التى ترسل جزئياتها على خطوط الهاتف بواسطة جهاز مماثل يمكن وصله بسهولة الى الشريط الهاتفى ، ثم زيادة الاعتماد على استخدام الهاتف والبرقيات ، وهكذا أصبح فى الإمكان جمع الأخبار بشكل أسرع من ذى قبل ، وأصبحت المواد الاخبارية تصل من أماكن أبعد من المؤلف ، وتبعاً لذلك تغيرت طرق السعى وراء الأخبار وتحريرها ، وأصبحت السرعة فى العمل هى الأساس . ومن أجل ذلك يتم تبني أى جهاز أو طريقة تحقق السرعة فى الانتاج .

كذلك كانت التحسينات التقنية فى الأقسام الآلية فى الجريدة ، ذات تأثير بعيد المدى فلم تتحسن آلة (اللينوتيب) فقط ، بل ظهر الى جانبها اختراع جديد ، هو (المبرقة المنضدة) . وهذا الجهاز هو مزيج من اللينوتيب ومن المبرقة الكاتبة ، يستخدم لىؤدى عمليتين : العملية الأولى ، يدير فيها شخص واحد الجهاز الأم الذى يرسل إشارات لاسلكية تجعل الأجهزة المرتبطة بموجته اللاسلكية ، والمقامة فى مكاتب نائية ، تصف آلياً الأخبار التى يرسلها الجهاز الأم .. أما العملية الثانية فيدير شخص واحد آلة تنتج شريطاً مثقّباً يستخدم فى تشغيل جهاز لصف الحروف آلياً فى آلة لينوتيب مجهزة لهذه الغاية .

كما تم اختراع آلة (الأوتوبليت) وهى آلة تطبع على الزنك بشكل آلى سريع صورة الصفحة الكاملة للجريدة ، وذلك للإسراع بعملية الطباعة بينما مكّن ظهور الآلات الطابعة البالغة السرعة ، الجريدة من أن تطبع آلاف النسخ أكثر من ذى قبل . وهكذا فإن أرقام التوزيع ، والتى سجلتها الصحف الكبرى فى أيامنا هذه ، كانت شيئاً مستحيلاً لولا السرعة التى يمكن بها صف الجريدة وطبعها .

وقد أثر نمو الشركات الكبرى والصناعة فى الجريدة ، حيث عمدت المؤسسات الكبرى إلى التوسع فى الاعلان ، فساعدت على تأمين مصدر مالى ضخّم للصحف . كما أصبحت الجريدة ذاتها عملاً تجارياً ضخماً . فلولا دخل الاعلانات المتزايدة لما استطاعت الجريدة قط أن تسد النفقات الباهظة التى تتحملها الآن . وهكذا فإن الجريدة تدين - إلى حد كبير - بقدرتها على النمو مالياً ، للشركات الكبرى . كما أنها أصبحت عملاً تجارياً ضخماً بسبب رأس المال الضخم الذى يتطلبه إصدارها . ولم يعد فى إمكان جريدة أن تنافس زميلاتها بنجاح ، إلا إذا كانت تستطيع شراء المعدات الحديثة الغالية الثمن ، واستخدام الجهاز الصحفى والإدارى والفنى اللازم لهذه العملية .

كذلك أدى التحسن الذي طرأ على وسائل الاتصال والمواصلات ، إلى إيجاد اهتمام أكثر بالبلاد الثانية ، والاهتمام بأخبار البلاد الأخرى ، كما أنه مكن من الإتصال المباشر مع بقاع بعيدة لم يكن الإتصال بها ميسوراً من قبل ، وأصبح بوسع الجريدة أن توفد مراسلها الى أماكن تبعد آلاف الأميال للحصول على الأخبار مباشرة (١) .

ومنذ أواخر القرن السادس عشر ، وأوائل القرن السابع عشر ، حيث ظهرت أولى الجرائد المطبوعة - بالمعنى المعاصر للكلمة - أخذ عدد الجرائد اليومية في إزدياد مستمر ، حتى وصل في الوقت الحاضر الى نحو ثمانية آلاف جريدة يومية صباحية ومساءلية ، توزع يومياً حوالي ٣٦٠ مليون نسخة . بالإضافة إلى الجرائد والمجلات الأسبوعية ، والنصف شهرية ، والشهرية ، والفصلية التي تصل الى مئات الملايين من القراء في مختلف أنحاء العالم (٢) .

الصحافة في العالم العربي :

نشأت الصحافة المطبوعة في أوروبا - لأول مرة - في أواخر القرن السادس عشر وأوائل القرن السابع عشر ، كما سبق إيضاحه . وبالرغم من ذلك فإن الصحافة المطبوعة لم تظهر في العالم العربي إلا « في ختام القرن الثامن عشر بمدينة القاهرة ، وكان ذلك على يد الحملة الفرنسية التي جاءت وادي النيل بقيادة الجنرال بوناپرت ، الذي ارتقى بعد ذلك إلى العرش القيصرى في فرنسا بإسم نابليون الأول . وهكذا أتيح لأمة عربية أن تدخل هذا الفن .. إلى البلاد العربية ، مع سائر جرائم التمدن الحديث » (٣) .

ومن ذلك يتضح أن مصر كانت أول بلد عربي يعرف الصحافة المطبوعة .. فعندما احتل الفرنسيون مصر عام ١٧٩٨ ، كانوا قد أحضروا معهم مطبعة من باريس . وأول عمل باشرته البعثة العلمية المرافقة للحملة الفرنسية « أنها نشرت ثلاث جرائد في المطبعة المذكورة : أحدها (الحوادث اليومية) وكان يحررها إسماعيل بن سعد الخشاب . وهى جدة الصحف في لغة الناطقين بالضاد » وقد أنشئت تلك الصحيفة عام ١٧٩٩ والجريدة الثانية باللغة الفرنسية وهى (لاديكاد اچيسين La Decade

(١) الصحافة اليوم / مرجع سابق ص ٥٢-٥٥ .

(٢) راجع في هذه الجزئية كتاب (دليل أجهزة الإعلام في العالم) تأليف محمد خير الوادى (بيروت - دار المسرة - الطبعة الأولى ١٩٨٢) في مواضيع مختلفة من الكتاب حيث توجد به معلومات عن أغلب الصحف العالمية في العالم . وكذلك قاموس المصطلحات الإعلامية (للمؤلف) مرجع سابق في مواضيع مختلفة وأيضاً كتاب (ترياسات في الصحافة الأوربية) مرجع سابق في مواضيع مختلفة وخاصة الصحف البريطانية والفرنسية .

(٣) الفيكونت فيليب دى طراوى / تاريخ الصحافة العربية (بيروت - المطبعة الادبية ١٩١٣) ج١ ص ٤٥ .

(Egyptienne) والجريدة الثالثة بالفرنسية أيضاً وهى (كورييه ديلچيبيت Courrire de L'Egypt) وأنشئت عام ١٧٩٨. وقد انقرضت هذه الصحف عندما جلا الفرنسيون عن مصر، وأخذوا معهم مطابعهم فى ١٤ أكتوبر ١٨٠١^(١).

وبعد أن خرجت الحملة الفرنسية من مصر بانكسارها أمام جيوش تركيا وانجلترا فى الأسكندرية، ظلت مصر بدون طباعة ولا صحافة، إلى أن تولى الخديوى محمد على باشا الكبير حكم البلاد، فوضع حجر أساس مطبعة (بولاق) الشهيرة فى عام ١٨١٩ «ثم رأى محمد على باشا أن الحاجة ماسة إلى إيجاد جريدة تقوم بنشر أوامر الحكومة، وإذاعة إعلاناتها وسائر الحوادث الرسمية. فأنشأ فى ٢٠ يوليو ١٨٢٨ بعناية الدكتور كلوت بك - مؤسس مدرسة قصر العيني الطبية - جريدة (الوقائع المصرية) التى جعلها لسان حال الحكومة الخديوية ولا تزال حية إلى الآن. وقد فوض إدارتها وتحريرها إلى العالم الكبير رفاعة بك الطهطاوى، بعد عودته من باريس حيث تلقى الدروس الكاملة على نفقة الحكومة المصرية. وكان رفاعة بك مؤسساً وناظراً لمدرسة الألسن.. وقد تولى تحريرها بعد الطهطاوى كثير من أرباب الشهرة الواسعة فى العلم وهم: أحمد فارس الشدياق، وحسن العطار، والسيد شهاب الدين محمد ابن إسماعيل المكي، والشيخ أحمد عبد الرحيم، والشيخ مصطفى سلامة، وصالح مجدى بك، والشيخ محمد عبده، وعبد الكريم سلمان، والشيخ سليمان العبد وسواهم» والوقائع المصرية هى الجريدة الرسمية للحكومة المصرية حالياً. وكانت فى أول عهدها تحرر باللغة التركية، ثم حُررت باللغة العربية والتركية. ثم حذفت اللغة التركية. كما كانت فى أول عهدها تنشر مقالات وأخباراً وقصلاً مترجمة. أما الآن فتقتصر على نشر المراسيم والقوانين واللوائح التى يصدرها مجلس الوزراء والوزارات المختلفة، فضلاً عن الاعلانات الرسمية^(٢).

(١) نفس المصدر السابق جـ ١ ص ٤٥، ٤٨، ٤٩ وكذلك وسائل الاتصال / مرجع سابق ص ٨٥ وكذلك الصحافة مرجع سابق ص ٩٢.

(٢) تاريخ الصحافة العربية / مرجع سابق ص ٤٩، ٥٠ وكذلك المرجعين الثانى والثالث السابقين وكذلك قاموس المصطلحات الإعلامية (المؤلف) مرجع سابق ص ٢٦ «وجدير بالذكر أن أول رجل عربى الأصل أصدر جريدة عربية كان هو (رزق الله حسون الحلبي) منشئ جريدة (مرآة الأحوال) الأسبوعية السياسية عام ١٨٥٥ فى الأستانة بتركيا. كما أصدر (اسكندر شلهوب) السوري الأصل جريدة (السلطنة) عام ١٨٥٧ فى الأستانة أيضاً وهى ثانية الصحف العربية السياسية فى عاصمة الخلافة العثمانية وقد عطّلها صاحبها قبل بلوغها السنة من عمرها. وصدرت كذلك فى باريس جريدة عربية أخرى هى (برجيس باريس) سياسية نصف شهرية بتاريخ ٢٤ يونيه ١٨٥٨ لمحورها الكونت رشيد الدحداح اللبناني. وبرزت فى الأستانة أيضاً جريدة (الجوائب) الأسبوعية السياسية باللغة العربية فى يوليو ١٨٦٠ لمنشئها أحمد فارس الشدياق (راجع فى ذلك تاريخ الصحافة العربية / مرجع سابق ص ٤٧، ٥٥، ٦٠، ٦١).

وأول صحيفة يصدرها فرد في مصر ، كانت صحيفة باللغة الفرنسية اسمها (لومونيتور ايجبسيان Le Moniteur Egyptien) أصدرها أحد أفراد الجالية الفرنسية بالاسكندرية ، بتشجيع من الوالى الذى جعلها لسان حاله ، وجهازاً من أجهزة الدعاية لحكمة في أوروبا . ولكنها لم تعيش سوى بضعة شهور . وفى سنة ١٨٦٥ ظهرت أول مجلة طبية في مصر والوطن العربى وهى مجلة (يعسوب الطب) الشهرية لصاحبها محمد على باشا الحكيم رئيس الأطباء في مصر وإبراهيم الدسوقي .. وصدرت في السنة نفسها (الجريدة العسكرية المصرية) . وبعد ذلك بثمانى سنوات صدرت في ١١ يوليو ١٨٧٣ مجلة (أركان حرب الجيش المصرى) . وفى نطاق الحكومة صدرت كذلك (روضة المدارس) في ١٧ فبراير ١٨٧٠ وهى صحيفة ديوان المدارس وكان يصدرها رفاعة رافع الطهطاوى .

أما أول صحيفة يصدرها مواطن مصرى فهى مجلة (وادي النيل) سياسية علمية أدبية ، أنشأها عبد الله أبو السعود ناظر المدرسة العلمية التى أسسها محمد على في القاهرة وأحد تلاميذ رفاعة الطهطاوى . وقد صدر العدد الأول منها في ٥ يوليو ١٨٦٧ وكانت هذه الصحيفة همزة الوصل بين الصحافة الرسمية ، والصحافة الشعبية ، وتوقفت عن الصدور بوفاة صاحبها . كما صدرت صحيفة (نزهة الأفكار) سياسية أسبوعية في القاهرة عام ١٨٦٩ لصاحبها ومحرريها إبراهيم بك المولىحى ومحمد عثمان بك جلال . وتعطلت هذه الصحيفة بعد صدور العدد الثانى منها . وفى أغسطس ١٨٧٣ صدرت في الاسكندرية جريدة (كوكب الشرق) الأسبوعية لصاحبها سليم حمدى ، وتحولت بعد ذلك إلى يومية . وهى أول صحيفة يومية تصدر في مصر . وفى سنة ١٨٧٥ صدرت صحيفة (روضة الأخبار) لصاحبها محمد أنس بن عبد الله أبو السعود .

ومن الصحف المصرية التى ظهرت في أواخر عهد الخديوى اسماعيل جريدة (الأهرام) التى أسسها سليم وشارى تقلا بمدينة الاسكندرية . وقد صدر العدد الأول منها في ٥ أغسطس ١٨٧٦ وصدرت الأهرام في أول عهدها أسبوعياً ثم صارت يومية في عام ١٨٨١ ونقلت الى القاهرة عام ١٨٩٩ . كذلك صدرت في القاهرة في ٢١ مارس ١٨٧٧ أول صحيفة كاريكاتورية سياسية في الشرق العربى ، هى صحيفة (أبو نظارة) لصاحبها يعقوب صنوع . وقد انتقدت الخديوى إسماعيل وسياسته ، فأغلقها الخديوى وأضطر صاحبها الى السفر الى فرنسا ، حيث استأنف إصدار صحيفته تحت أسماء مختلفة لتفلت من رقابة حكام مصر . كما صدرت جريدة (المقطم) في ١٤ فبراير ١٨٨٩ سياسية تجارية أدبية . لأصحابها : يعقوب صروف ، وفارس نمر ، وشاهين مكاريوس ، وكانت تسير في فلك الاحتلال البريطانى ، تعزز أركانه ، وتتناصره في مبادئه ، وتتطرق بلسان حاله . وتوقفت عن الصدور في عام ١٩٥٢ . كذلك

صدرت جريدة (المؤيد) اليومية السياسية التجارية فى أول ديسمبر ١٨٨٩ م (٨ ربيع الثانى ١٣٠٧ هـ) لصاحبها ومحررها الشيخ على يوسف وهى أرسخ جريدة إسلامية وأقدمها عهداً بين الجرائد المعاصرة لها فى مصر . وكانت تقاوم الاحتلال البريطانى ، وواسعة الانتشار^(١) .

وإذا انتقلنا إلى الحديث عن نشأة المجلات فى مصر ، وجدنا أنها قد زخرت بها منذ أواخر القرن التاسع عشر ، ومنها مجلة (المقتطف) شهرية علمية صناعية زراعية ، أنشأها فى عام ١٨٧٦ بالقاهرة وبيروت الدكتور يعقوب صروف والدكتور فارس نمر . ومجلة (الهلل) الشهرية التى أنشأها فى القاهرة جورجى زيدان فى أول سبتمبر ١٨٩٢ وكذلك مجلة (المنار) التى أصدرها صاحبها محمد رشيد رضا فى ١٥ مارس ١٨٩٨ ومجلة (اللطائف) شهرية علمية أدبية تاريخية فكاية التى صدرت فى القاهرة فى ١٥ مايو ١٨٨٦ لصاحبها شاهين مكاريوس وتوقفت عن الصدور لوفاة صاحبها فى ١٢ يونية ١٩١٠ هذا إلى جانب عدد كبير من المجلات الدينية والمجلات الساخرة وغيرها^(٢) .

* * *

-
- (١) المرجع الأول السابق / ج ١ ص ٦٧ ، ٦٩ ، ٧٨ وج ٢ ص ٢٥٤ ، وج ٣ ص ٨ ، ٣٤ ، ٣٧ ، ٧٠ ، وكذلك الصحافة مرجع سابق ص ٩٣ - ٩٥ وكذلك وسائل الاتصال / مرجع سابق ص ٨٥ ، ٨٦ ، وكذلك ترويسة جريدة (الأهرام) حيث يوجد بها تاريخ تأسيسها وكذلك قاموس المصطلحات الإعلامية (للمؤلف) ص ١٩ (وانظر فى هذه المراجع أيضاً أسماء عشرات الصحف المصرية التى صدرت بعد ذلك) .
- (٢) الصحافة / مرجع سابق ص ٩٧ وكذلك تاريخ الصحافة العربية / مرجع سابق ج ٢ ص ٤ ، ٥٢ ، وج ٣ ص ٧٦ ، ٨٦ ، ج ٤ ص ١٧٤ .

المبحث الثانى

تطور تدريس الصحافة والاعلام فى العالم

يتضمن هذا المبحث ، الحديث عن تطور تدريس الصحافة والاعلام فى العالم بصفة عامة ، وفى مصر والعالم العربى بصفة خاصة .. وذلك من خلال خمسة مطالب هى :-

المطلب الأول : أهمية تدريس الصحافة والاعلام .

المطلب الثانى : تطور تدريس الصحافة والاعلام فى العالم .

المطلب الثالث : تطور تدريس الصحافة والاعلام فى مصر .

المطلب الرابع : تطور تدريس الصحافة والاعلام فى العالم العربى .

المطلب الخامس : مقترحات للنهوض بتدريس الصحافة والاعلام .

المطلب الأول

أهمية تدريس الصحافة والإعلام

تمارس أجهزة الاعلام - من صحافة واذاعة وتلفزيون ووكالات أنباء وغيرها - دوراً خطيراً في حياة المجتمعات البشرية ، وزاد دورها أهمية وخطورة ، مع تطور العلم والتكنولوجيا ، حيث تتصدى لمعالجة العديد من القضايا الاعلامية ، ومشكلات التطور الحضارى ، ومعالجة القضايا الفكرية والعقائدية ، والاقتصادية ، والاجتماعية ، وقضايا الوحدة والحرية والتحرر .

ومن هنا يتضح مدى المسؤولية الملقة على عاتق المشتغلين في هذه الأجهزة الاعلامية المختلفة . كما تعتبر مؤهلاتهم ، وأفكارهم ، ووجهات نظرهم . أموراً بالغة الأهمية لا يستهان بها .. ونتيجة لذلك ، فإن الدول المتقدمة في عصرنا الحاضر ، تولي عناية خاصة لتكوين القوى البشرية المتخصصة واللازمة لهذه الأجهزة ، وتعتمد لها ميزانيات ضخمة ، وتنشئ لها المعاهد والكليات الجامعية مثل إهتمامها بالمؤسسات العسكرية والجيش بإطاراتها وأكاديمياتها العسكرية . وتدعم كل ذلك بحلقات التدريب المستمرة ، على أحدث الوسائل الاعلامية العلمية والإلكترونية ، مثلما تقوم به من حلقات التدريب والمناورات العسكرية على استعمال أحدث وسائل الدفاع والأسلحة .

والإعلام العربي ، عليه أن يساير الركب ، ويواكب العصر ، ولكي تكون المؤسسات الاعلامية والصحفية العربية في مستوى هذا العصر ، لابد لها من وضع سياسة واضحة ، وتخطيط للمستقبل ، بهدف تطوير الاعلام العربى مادياً وبشرياً . بل بشرياً في الدرجة الأولى ، لأن التطور المادى والتقنى والإلكترونى ، سهل ميسور لدى العرب ، فبإمكانهم شراء أحدث الأجهزة الالكترونية الاعلامية ، وبناء العمارات الضخمة في وقت قصير ، ولكنهم لا يستطيعون شراء العنصر البشرى ، ولا تكوينه بين عشية وضحاها . فالأمر يتطلب سنوات لإعداد عنصر بشرى ، إعداداً علمياً ومهنياً . ووقتاً طويلاً لتدريبه حتى يصبح عاملاً في حقل الصحافة والاعلام .. ويتمثل العنصر العلمى فى إعداد رجال الاعلام الذين عليهم القيام بعبء هذه الرسالة ، وهذا ما تستهدفه الدراسات الجامعية العلمية المنتظمة ، التى تقوم بها المعاهد ، وكليات وأقسام الصحافة والإعلام بالجامعات العربية المختلفة .

أما العنصر الفنى فيتمثل فى رفع الكفاءات المهنية والفنية بين العاملين فى أجهزة الاعلام المختلفة بما فيهم الفنانين ، والصحفيين والمصورين والمخرجين ، والإداريين الذين يمارسون العمل فعلاً حتى يتمكنوا من متابعة حركة التطور العلمى والتكنولوجى

فى وسائل الإعلام ، فتزداد خبرتهم ، وترتفع كفاءتهم . وهذه المهمة تقوم بها مراكز التدريب والمعاهد المختلفة ، التى تنظم الحلقات الدراسية ، والدورات التدريبية ، لصقل الخبرات ، وتعزيز المستوى العلمى بين العاملين فى هذا المجال^(١) .
وترجع الجذور الأولى لتدريس الصحافة فى بداية الأمر فى العالم ، ثم التوسع بعد ذلك ليشمل التدريس الإعلامى بصفة عامة ، إلى النصف الثانى من القرن التاسع عشر ، مما يعطى مؤشرات على جانب كبير من الأهمية بمدى العناية التى وجهها العالم لتدريس الصحافة والإعلام ، نظراً لخطورة المسئولية الملقاة على عاتق المشتغلين فى تلك الأجهزة ، وضرورة العناية بهم ، والإرتفاع بمستواهم العلمى والمهنى ، وبالتالي يؤدون رسالتهم على أعلى مستوى من الأداء والكفاءة .

فمنذ سنوات بعيدة ، لم تكن الصحف تضع فى اعتبارها عند تشغيل الصحفيين عامل أو شرط التعليم . ذلك لأن الرأى السائد فى ذلك الوقت ، فى كل بلاد العالم ، أن الصحفى « يولد وفى رأسه الفكرة ، وفى فمه الكلمة ، وفى يده القلم » أى أن الصحافة موهبة أكثر منها علماً يدرس . ولقد نوقش ذلك فى كثير من بقاع العالم ، وخاصة بعد أن أصبحت الصحافة مادة تدرس فى الجامعات ، وتخصص لها الشهادات . ومعنى ذلك أنها مثل كل مادة تحتاج إلى دراسة وتخصص وليست موهبة فقط ، وانقسم الرأى فى خلال هذه المناقشات . . البعض يتمسك بالرأى الأول . والآخر يتمسك بالرأى الثانى ... وفى النهاية انتصر الرأى القائل بأن الصحفى تكونه الدراسة ، كما تكون الطبيب والمهندس والمحامى إلى آخر ما نعرف من المهن . ولكن لا يجب الأخذ بهذا القول على علته ، فما لم توجد فى الشخص الذى تجذبه أخطاء الصحافة صفات معينة موهبة ، فهو لن ينجح فى هذا العمل الشاق . وفى مقدمة هذه الصفات إدراكه أو حاسته بالنسبة لقيمة الأخبار ثم الجلد والصبر ، وإعطاء المهنة كل ماتحتاجه من وقت .. كما يجب أن تكون هذه الصفات ممزوجة بدراسات مختلفة فى ميادين الصحافة والإعلام والتاريخ والأدب والعلوم والإقتصاد والإحصاء وعلم النفس والإجتماع والقانون واللغات الحديثة وغيرها .

وهكذا يمكن القول أن الصحفى الحديث يجب أن تكون خميرته مزيجاً من الصفات الموهوبة التى يولد بها ، مع هذا الخليط من الدراسة فى الصحافة النظرية والعملية ، بالإضافة إلى هذا المزيج من العلوم الأخرى التى تفتح له آفاقاً واسعة فى عمله الصحفى ، بحيث تكون فرص تقدمه إلى الصفوف الأولى أمراً مضموناً ومؤكداً . حيث أن كل هذه الدراسات تشبع الخريج بالمواد الثقافية الأساسية الضرورية ، التى تجعله

(١) المركز العربى للدراسات الإعلامية والسكانية والتنمية والتعمير / معاهد الصحافة والإعلام فى الوطن العربى (القاهرة ١٩٧٦) ص ٣٢ .

قادراً على أن يواجه عمله بقاعدة ثقافية سليمة تنمو مع نموه الصحفى ، وتزيد من خبرته العامة وتساعد في نفس الوقت أن يتخصص فيما بعد في فروع التخصص الصحفية^(١) .

ولا غرابة في ذلك ، فإنه إذا كان المجتمع طالب كلاً من الطبيب والمهندس والمحامي والمدرس وغيرهم ، بأن يكون مؤهلاً لمهنة الصحافة ، وبغير ذلك يكون هناك تناقص في المجتمع الحديث ، حيث يحرص هذا المجتمع على تأهيل الطبيب والمهندس والمحامي والمدرس ، ولا يحرص على تأهيل الصحفى . فإنه من المؤكد أنه لا توجد مهنة في العالم يستطيع الانسان أن يحسن أدائها دون أن يؤهل لها التأهيل الكافى .

ومن هنا تبرز أهمية تدريس الصحافة والإعلام في الجامعات والمعاهد العلمية ، إيماناً بأهمية الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام وفي مقدمتها الصحافة في المجتمع وتوجيه الرأي العام وإبراز الإنجازات الحضارية . وكذلك إيماناً من الجامعات والمعاهد العلمية بأن إعداد الصحفيين والاعلاميين مهنيّاً ، من الأمور الضرورية لهيئة الصحفيين ورجال الإعلام للقيام بالدور المطلوب منهم على خير وجه . وإذا كان الصحفى والإعلامى الجيد لا يكتب دائماً كل شئ جيد ، فالصحفى والإعلامى الرديئى يكتب حتماً مادة رديئة ، ويورط الجماهير في الخطأ مفسداً عليهم حكمهم في الأمور من جراء عرض المادة الصحفية والإعلامية بطريقة غير صحيحة ، وغير حكيمة أو بطريقة مفرضة .

أجل أن الإعداد المهني لا يكفى لتحويل صحفى أو إعلامى رديء إلى صحفى أو إعلامى جيد . ولكنه يساعد على هذا التحويل . لذلك كان الإعداد المهني ضرورياً لا غنى عنه . فالصحافة والإعلام لا يمكنها أن تبلغ مستوى رسالتها الرفيع ، وتقوم بدورها في نقل الأنباء والآراء والمعارف قيماً حسناً ، إلا إذا توافرت في أشخاص المشتغلين بها المزايا المهنية والعلمية والخلقية الكافية . ومن هنا تبرز أهمية الإعداد المهني بإعتباره عاملاً من عوامل تحسين الخدمات التى تؤديها الصحافة إلى المجتمع . فليس من مهنة تقتضى صاحبها ما تقتضيه الصحافة والإعلام من ثقافة متنوعة واسعة ، وفكر منفتح ، وقدرة على تطبيق معارفه على ما يؤديه يومياً في عمله .

(١) أنظر في ذلك جلال الدين الحماصى / المندوب الصحفى (القاهرة - دار المعارف ١٩٦٣) ص ١٧-١٩ وكذلك له أيضاً الصحيفة المثالية (القاهرة - دار المعارف ١٩٧٢) ص ٢٧٥ ، ٢٧٦ وكذلك نبيل حداد / نحو أسس للقبول لطلبة أقسام الإعلام العربية ص ٩ - ١١ وهو بحث منشور في مجلة الإعلام العربى التى تصدرها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم - العدد الصادر في ديسمبر ١٩٨٨ .

وفى هذا الصدد ، فإن جوزيف بوليتنز - الأمريكى الجنسية والمجرى الأصل -
والذى أصبح مديراً لصحيفة نيويورك ورلد ، ورئيساً لتحريرها ، كان يعتقد إعتقاداً
راسخاً - على ضوء التجارب التى مر بها فى عمله ، والنجاح الذى حققه فى مهنته ،
مع كونه لم يؤهل لها التأهيل الكافى - بضرورة تأهيل الشبان الذين سيحترفون
الصحافة تأهيلاً خاصاً ، وأكد أنه لا توجد مهنة فى العالم ، يستطيع الإنسان أن
يحسن أداها ، دون أن يؤهل لها التأهيل الكافى وقال : « أن كل ذكاء فى حاجة إلى
من يتعهده حتى لو سلمنا بأن الاستعدادات الطبيعية هى مفتاح النجاح فى جميع
ميادين النشاط الإنسانى . وأن الصفات الخلقية تنمى بالتعليم والتجربة » . ولذلك
أوصى عند وفاته بمليونين ونصف مليون دولار لتأسيس مدرسة للصحافة ، ومنح جوائز
سنوية لأحسن إنتاج فى مجال الصحافة والأدب . وقال بوليتنز انه « قبل نهاية هذا
القرن سوف يعترف بصفة عامة بمدارس الصحافة على أنها فرع تخصص من فروع
التعليم العالى على نفس مستوى مدارس الحقوق أو مدارس الطب »^(١) .

وقد أظهر البعض - حينئذ - شكهم فى جدوى هذا النوع من المدارس التى
أقترحها بوليتنز ، وكان الصحفيون المحترفون يرون أن الطريقة الوحيدة التى تؤهل
للصحافة ، هى أن يجد الشاب عملاً فى صحيفة من الصحف ، ويتعلم المهنة
بممارستها . وشن كبار الصحفيين حملتهم ضد بوليتنز ومشروعه .

فرد عليهم بوليتنز فى مقال طويل نشرت فى جريدة (نورث أمريكان ريفيو -
North American Review) وقال : « إنه لا يوجد انسان فى مكاتب الصحيفة لديه
الوقت الكافى ، والرغبة فى تعليم ناشئ مبتدئ ، ليلقنه ما يجب أن يعرفه قبل أن يقوم
بأصغر عمل صحفى » وأشار بوليتنز إلى أن الصحفيين الذين لم يؤهلوا ، إنما
يتعلمون مهنتهم على حساب الجمهور وقال : « إنه لا يكفى أن يكون صحفى الغد
متعلماً تعليماً جامعياً عاماً ، بل لابد من إعداد له مهنة الجديدة إعداداً خاصاً » وأكد أن
المدرسة تكمل ولكنها لا تخلق ، وأن الصحافة هى أكثر المهن طلباً وحاجة إلى أوسع
المعارف ، وأعمقها ، ولا يصح أن يتم ممارسة هذه المهنة ذات المسؤوليات الكثيرة دون
أى تأهيل منظم »^(٢) .

(١) خليل صايبات / الصحافة - مصدر سابق ص ٤٦ و ٥٠ وكذلك مجلة (الهلال) المصرية عدد
أغسطس ١٩٠٤ تحت عنوان مدرسة الصحافة « ولقد تحقق بالفعل ما توقعه بوليتنز بل وأكثر
مما توقع ، حيث توجد حالياً جامعات وكليات ومعاهد وأقسام للصحافة والإعلام فى مختلف دول
العالم » .

(٢) المصدر الأول السابق ص ٥٠ و ٥١ .

كذلك فقد رأت اللجنة الخاصة التى شكلتها منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة فى عامى ١٩٤٧ و ١٩٤٨ لدراسة الحاجات التقنية للصحافة والسينما والراديو ، أن فى مقدمة الحلول التى يجب اللجوء إليها لحل هذه المعضلة - إن لم يكن أهمها جميعاً - هو إعداد الصحفيين من الناحية المهنية ، إعداداً يتناول فى طبيعته تلقينهم تلك المسئوليات وحملهم على العمل بروحها .

وينص تقرير هذه اللجنة لعام ١٩٤٨ على « أن الصحافة لا يمكنها أن تبلغ مستوى رسالتها الرفيع ، وتقوم بدورها فى نقل الأنباء والآراء قياماً حسناً ، إلا إذا توافرت فى أشخاص المشتغلين فيها المزايا المهنية والعلمية والخلاقية الكافية .. وتوافق اللجنة على أهمية الإعداد المهني باعتباره عاملاً من عوامل تحسين الخدمات التى تؤديها الصحافة إلى المجتمع . فليس من مهنة تقتضى صاحبها ما تقتضيه الصحافة من ثقافة متنوعة ، وفكر متفتح ، وقدرة على تطبيق معارفه على الأنباء التى يقلبها يومياً بين يديه . لذلك يجب أن يتصف الإعداد المهني بسعة الأفق . بحيث يتيح لصحفي المستقبل أن يكون ملماً بكل نواحي المعرفة ، وأن يتصف بالروح العملية أيضاً ، بحيث يرشده كيف يستعمل هذه المعارف فى ممارسة مهنته » .

وبناء عليه وافقت اللجنة على الفكرة القائلة بأن هذا الإعداد المهني يستلزم ثقافة عامة متينة ، ووعياً تاماً لمسئوليات الصحافة من الناحية الإجتماعية . ومعرفة عميقة للأساليب التقنية لمزاولة المهنة . كما أكدت اللجنة اهتمامها بنمو مدارس الصحافة وغيرها من مراكز الإعداد المهني فى مختلف بلدان العالم . ووافقت على اقتراح يرمى إلى حث اليونسكو على تقديم المساعدات اللازمة بواسطة دائرة الاعلام ، لمشروعات إعداد الصحفيين مهنياً . وذلك بتهيئة مناهج خاصة لهذا الإعداد ، وحمل المدارس على تطبيقها ، وتحسينها ، وتقديم المشورة لها كلما طلبت ذلك . كما دعت اللجنة إلى إدخال مادة الإعداد المهني للصحفيين ، فى لائحة المواد التى تدرسها الجامعات والمعاهد القائمة .

كل ذلك لأن معاهد الاعلام وجامعاته وكلياته ، تستمد أهميتها من كون الإعلامى والصحفى خريج هذه المؤسسات ، يواصل فى حياته المستقبلية نور المدرسة والجامعة ، لأنه يقوم بتعليم الجماهير العريضة وتربيتهم بصورة مستمرة ، وكلما كان الإعلامى والصحفى جيداً فى أداء رسالته الإعلامية ، كلما توثقت عرى التفاهم ، وتعم الفائدة ويشمل الخير الجميع^(١) .

(١) محمود فهمى / الفن الصحفى فى العالم (القاهرة - دار المعارف ١٩٦٤) ص ٢٦ وكذلك الزبير سيف الإسلام - علم الاعلام والسياسات الإعلامية فى العالم الثالث (بدون تاريخ) ص ١٠ .

المطلب الثاني^(١)

تطور تدريس الصحافة والإعلام في العالم

الواقع أن جوزيف بوليتزر ، لم يكن أول من دعا إلى ضرورة تأهيل الصحفيين تأهيلاً مهنيًا . فقد عرفت الولايات المتحدة الأمريكية . وعرف العالم - قبل أن يعبر بوليتزر عن رأيه في هذا الموضوع - شيئاً أسمه تعليم الصحافة ، إلا أنه كان يقتصر على دروس أولية ، ولم تكتسب هذه الدروس طابعها الجدى إلا بعد أن أعلن بوليتزر في عام ١٩٠٣ عزمه على تأسيس مدرسة للصحافة في جامعة كولومبيا . حيث أعارت طائفة من الجامعات في بلدان عديدة الصحافة إهتمامها . فضلاً عن المدارس التجارية التي كانت تعنى بتدريس فن الكتابة لطلابها .

ويقال إن واشنطن كوليج (Washington Collage) والتي يطلق عليها الآن اسم واشنطن أند لى يونيفرستى (Washington and Lee University) بولاية فرجينيا الأمريكية هي أول جامعة عملاً في حقل تدريس الصحافة وذلك سنة ١٨٦٩ حيث أوصى مديرها ويدعى (روبرت لى Robert Lee) بتخصيص منح دراسية لخمسين شاباً من الراغبين في ممارسة الصحافة .. وتطمت جامعة ميسورى الأمريكية في سنة ١٨٧٨ محاضرات في تاريخ الصحافة ، وفي سنة ١٨٨٤ أضافت إلى برامجها دروساً في المواد الصحفية ، مكونة بذلك نواة مدرسة الصحافة التي أنشئت سنة ١٩٠٨ وقبل عام ١٩٠٠ كان عدد كبير من الجامعات الأمريكية قد ضمن برامجها دروساً في الصحافة . وفي مطلع القرن العشرين ازداد الاهتمام بالصحافة والاقبال على تعلمها .

ويلاحظ أن المدارس والمعاهد التي أنشئت في الولايات المتحدة الأمريكية لتأهيل الصحفيين ، قد أولت النواحي العملية للمهنة اهتماماً شديداً ، دون إهمال لتعليم تاريخ الصحافة والفن الصحفي النظري . ولما لم تكن هناك كتب خاصة بهذه العلوم الجديدة فقد كان كل أستاذ يسلك طريقته الخاصة في التدريس . وقد كانت الفكرة الأولى أن الصحافة هي فن الكتابة ، لذلك كان معظم الذين قاموا بتدريسها في الأصل أساتذة للغة الانجليزية والانشاء . وكان هؤلاء الأساتذة يجتهدون في أن يكون تعليمهم للطلاب عملياً ، ويدربونهم على كتابة الموضوعات وعرضها بحسب الأسلوب الذي كانت عليه صحافة ذلك العهد .

(١) الصحافة (خليل منايات) مصدر سابق ص ٤٦ ، وما بعدها ... وكذلك المصدر السابق ص ٢٠ ، ١٩ .

أما في أوروبا .. فالغالب أن جامعة زيوريخ في سويسرا كانت هي أول مؤسسة أبدت اهتمامها بالصحافة وتعليمها تعليماً عالياً نظرياً وعملياً ، مع تغليب الناحية النظرية ، وأنشأت في سنة ١٩٠٣ كرسيّاً للصحافة .. وأبتداءً من ١٩١٧ نظمت دروس في الصحافة في بولندا ، وألمانيا ، وبلجيكا ، والنرويج .. وبين سنة ١٩٢٠ وسنة ١٩٣٠ نظمت حوالى عشر جامعات ألمانية دراسات أهتمت بالناحيتين العلمية والاجتماعية للصحافة . وفي السنوات القليلة التي سبقت الحرب العالمية الثانية ، ظهرت معاهد وأقسام جامعية للدراسات الصحفية في فرنسا ، وإيطاليا ، وإنجلترا ، والمجر ، وهولندا وبعض الدول الأوربية الأخرى .

وفي آسيا .. بدأت بعض الدول في الفترة من ١٩٢٠ و ١٩٤٠ تهتم بتأهيل الصحفيين وتدريبهم ، حيث وضعت بعض الجامعات والمعاهد في الصين ، واليابان ، والفلبين ، والهند ، وتايلاند ، وأندونيسيا مناهج دراسية لاعداد الصحفيين ، وطبقتها على طلابها المرغبين في ممارسة هذه المهنة ، مستوحية إياها في الغالب من مناهج الجامعات الأمريكية .

ثم أخذت الوسائل الجديدة لنقل الأفكار تتقدم بخطى سريعة ، مما أدى بمدارس الصحافة إلى إدخال تغيير في نظم التأهيل المهني للصحفيين ، ووسعت ميدانه بحيث أصبح يشمل جميع وسائل الاعلام ، بعد أن كانت تهتم في أول الأمر بالصحافة فقط .

وازدادت مدارس الصحافة تضجراً ، ووثقت علاقاتها بالصحف ، ومحطات الاذاعة ، وخاصة خلال الحرب العالمية الثانية وبعدها ، حيث شعرت هذه المدارس بضرورة استمرار الصلة بينها وبين الهيئات المختلفة المهتمة بالاعلام ، وإلا صارت على طرفي نقيض ، هي في واد وتلك الهيئات في واد آخر .

ومن مظاهر هذا التعاون ، أن مدارس الصحافة ، كانت توجه الدعوة إلى رؤساء ومديري تحرير الصحف للاجتماع بطلبتها ، وبأعضاء هيئة التدريس فيها ، يوماً أو يومين في كل عام ، حيث يتبادل المجتمعون الآراء والأفكار حول تعليم الصحافة والإعلام ، ورفع مستوى المهنة . كذلك من الأسباب التي أدت إلى قيام علاقات وثيقة بين مدارس الصحافة من جهة ، وبين الصحف والإذاعة من جهة أخرى ، أن أساتذة هذه المدارس تم اختيارهم من بين من كانت لهم خبرة عملية كافية لفهم المشكلات التي تواجه أصحاب المهنة . فضلاً عن ذلك فقد قاموا بدراسات أكاديمية عميقة ، أتاحت لهم معرفة التاريخ ، والعلوم السياسية والاقتصادية ، ومهنة التدريس وهكذا يجمعون بين الناحيتين النظرية والعملية .

وبالرغم من ذلك فقد ظلت بعض الدول حتى الفترة التي تلت الحرب العالمية الثانية ، لا تهتم بإنشاء برامج لتأهيل الصحفيين ، على أسس مهنية سليمة . وبعض البلاد القليلة لا تزال تهمل هذه الناحية . ويلاحظ أن دور الصحف والاذاعة والتلفزيون وأجهزة الإعلام الأخرى ، تتوجه حالياً إلى معاهد وكليات وأقسام الصحافة والإعلام للحصول على حاجتها من الخريجين لتعيينهم فى وظائفها الشاغرة . ومع وفرة هذه المعاهد والكليات والأقسام ، فإنها كثيراً ما تعجز عن تلبية الاحتياجات التي تتطلبها دور الاعلام المختلفة .

وقد أثبتت التجربة أن خريجى الصحافة والاعلام ، لم ينجحوا فقط فى الحصول على أعمال لهم فى مختلف حقول الاعلام الواسعة . بل إن الكثيرين منهم قد حققوا نجاحاً باهراً فى الأعمال التي شغلوها ، وأصبحوا يحتلون المناصب القيادية فى كل ميدان من ميادين الإعلام ، ويشهد لهم الجميع بالبراعة ، والمهارة فى أعمالهم .

ومما تجدر ملاحظته فى هذا الصدد ، أن هؤلاء الخريجين لا تظهر كفاءتهم فور حصولهم على الشهادة الجامعية ، بحيث يمكن أن يحتلوا مراكز ذات مسئوليات كبيرة فى أعمالهم ، ولكنهم بصفة عامة إذا قارناهم بزملائهم الذين عينوا فى نفس الوظائف من الذين لم يتلقوا دراسات إعلامية مثلهم ، نجدهم أحسن استعداداً منهم ، وأسرع وصولاً إلى المستوى الذى يسمح لهم بتحمل المسئوليات . ويمكن مقارنة خريجى الصحافة والإعلام ، بحالة خريجى كليات الطب الذين يعملون كأطباء إمتياز فى المستشفيات ، ليكتسبوا خبرة عملية أهلّتهم لها دراساتهم السابقة ، وبعد ذلك يتدرجون حتى يصلوا إلى المراتب ، التي يصبح لهم فيها أن يواجهوا مسئولياتهم كاملة فى حياتهم العملية .

مما سبق يتضح أن الاعداد المهنى للصحفيين دخل برامج الجامعات ، فى النصف الثانى من القرن التاسع عشر ، وسرعان ما اتضحت ضرورته فنعما نمواً كبيراً فى الولايات المتحدة الأمريكية ، وبعدها فى أغلب دول العالم .

* * *

المطلب الثالث

تطور تدريس الصحافة والإعلام في مصر (١)

وبالنسبة للعالم العربي وفي مقدمته مصر ، فإن المسئولين في حقل التربية والتعليم والدراسات المتخصصة ، اتجهوا - تمشياً مع النهضة العلمية الإعلامية - إلى إنشاء معاهد وأقسام وكليات لتدريس علوم الصحافة والإعلام ، وتكوين رجال الصحافة والإعلام تكويناً مهنيّاً ، ويجدر القول بأن الدراسات الصحفية والإعلامية الجامعية ، قد أصبحت حقيقة واقعة في جميع الدول العربية . ويتضح من ذلك وجود تيار لمصلحة هذه الدراسات الإعلامية ، وسببه حاجة المواطنين إلى صحفيين وإعلاميين أكثر استعداداً من زملائهم القدامى ، وأقدر على القيام بوظائفهم ومهامهم في عالم يزداد تعقيداً يوماً بعد يوم .

وإذا قمّمنا نمو الدراسات الأكاديمية للصحافة والإعلام في العالم العربي من الناحية الزمنية ، يتضح أن نقطة الإنطلاق كانت من مصر رائدة البلاد العربية فيما يتعلق بالاهتمام بالتأهيل المهني الصحفي .

ففي عام ١٩٣٢ اقترح الدكتور طه حسين - وكان حينئذ عميداً لكلية الآداب - إنشاء مدرسة لتعليم فن الصحافة ، يقبل فيها خريجو كليات الآداب . وكانت الجامعة الأمريكية في القاهرة ، قد فكرت في تلك الحقبة في إنشاء قسم لتدريس الصحافة ، ولكنها لم تضع الفكرة موضع التنفيذ ... وقد قامت وزارة المعارف المصرية بدراسة اقتراح عميد كلية الآداب ، ورأت أن تنفيذه يحتاج إلى أموال طائلة ، لا تستطيع الحكومة صرفها في الظروف الاقتصادية التي كانت تمر بها البلاد ، فصرف النظر عن المشروع .

(١) راجع في هذا الصدد معاهد الصحافة والإعلام في الوطن العربي - مصدر سابق ص ٢٨ وكذلك علم الإعلام والسياسات الإعلامية في العالم الثالث - مصدر سابق ص ١٢ ، ١٣ وكذلك الصحافة ... (خليل صنايات) مصدر سابق ص ٦٧-٧٢ وكذلك مجموعة البحوث والدراسات والأوراق المقدمة لندوة مستقبل الدراسات الإعلامية في مصر التي عقدت بالفترة من ٢٧ حتى ٢٩ ديسمبر ١٩٨١ وكذلك أحمد حسين الصاوي / التدريس الإعلامي في الدول العربية / تقرير مطبوع صادر عن ندوة الدراسات الإعلامية في العالم العربي التي نظمتها جامعة الرياض في يناير ١٩٧٨ ص ٥ ، ص ١٢٧ - ١٥٥ وكذلك حمدي قنديل / التدريب الإعلامي في الدول العربية - صادر عن الندوة السابق ذكرها ص ٩١ - ٩٧ ، وكذلك أحمد حسين الصاوي وحمدي قنديل ، مدخل إلى تقرير المعاهد والمراكز الإعلامية (صادر عن نفس الندوة) وكذلك دليل كلية الإعلام - جامعة القاهرة بعنوان (كلية الإعلام في عشر سنوات) .

وفى سنة ١٩٣٦ أحوالت رئاسة مجلس الوزراء المصرى ، إلى الأستاذ لطفى السيد مدير الجامعة المصرية ، دراسة مشروع إنشاء معهد للصحافة ، وطلب مدير الجامعة من الدكتور طه حسين إعداد مذكرة للموضوع ، فأعدها وأحيلت إلى مجلس كلية الآداب . وتضمنت المذكرة اقتراحين : أولهما ... إلقاء محاضرات صحفية على من يشاء من الصحفيين الحاليين ، يتولاها أساتذة متخصصون . أما الاقتراح الثانى ، فهو إنشاء معهد للصحافة يلحق بكلية الآداب ، وينتظم فيه حملة الدرجات الجامعية . وقد أقر مجلس الكلية الاقتراح الأول على أن ينفذ فوراً .

وفى تلك الأثناء قام بعض كبار الصحفيين فى مصر ، بتنظيم سلسلة من المحاضرات الصحفية فى دار الجمعية الجغرافية بالقاهرة . افتتحها عبد القادر حمزة صاحب جريدة البلاغ بمحاضرة عن الصحافة المصرية(*) .

وفى أكتوبر ١٩٣٧ أنشأت الجامعة الأمريكية بالقاهرة قسماً للصحافة ، وهو أول قسم من نوعه فى الشرق العربى . وكانت هذه الجامعة تعطى دروساً فى التحرير الصحفى ضمن برامجها منذ عام ١٩٣٥ ثم قامت فى عهد مديرها الدكتور تشارلس وطسن ، بتنظيم برنامج دراسى مستقل يستغرق ثلاث سنوات ، ينال الطالب فى نهايتها درجة البكالوريوس فى العلوم الصحفية ... وبعد إنشاء قسم التحرير والترجمة والصحافة بجامعة القاهرة ، بدأ الإقبال يقل على قسم الصحافة بالجامعة الأمريكية ، إلى أن تقرر إلغاؤه فى أكتوبر ١٩٥٨ ، وأعيد فتحه فى العام الدراسى ١٩٦٥/١٩٦٦ .

أما تدريس الصحافة فى الجامعة المصرية ، فإنه لم يصبح حقيقة واقعة إلا بعد أخذ ورد استمر عدة سنوات . وأخيراً فى شهر يونيو ١٩٣٩ وافق مجلس الجامعة على إنشاء (معهد الصحافة العالى) الذى عدل اسمه بعد ذلك إلى (معهد التحرير والترجمة والصحافة) ملحقاً بكلية الآداب . وصدر مرسوم ملكى بتاريخ ٢٦ رمضان ١٣٥٨ هـ الموافق ٨ نوفمبر ١٩٣٩ بإنشاء هذا المعهد ونشر هذا المرسوم فى (الوقائع المصرية) العدد ١٣٦ الصادر فى ١٦ نوفمبر ١٩٣٩ .

وقد اقتصررت الدراسة فى هذا المعهد على مرحلة الدراسات العليا ومدتها سنتان ، ويلتحق به خريجو مختلف الكليات الجامعية ، بعد اجتيازهم امتحان القبول وبدأت الدراسة بالمعهد مسائية فى عام ١٩٤٠ ثم أضيفت إلى مدة الدراسة سنة ثالثة فى عام ١٩٤٨ يمنح الطالب فى نهايتها دبلوماً عالياً فى التحرير والترجمة والصحافة يعادل درجة الماجستير . ونصت لائحة المعهد على السماح للحائزين على تقدير جيد فما

(*) كمال مصطفى / الصحافة والأدب فى مائة يوم (القاهرة ١٩٣٨) وقد تضمن هذا الكتاب المحاضرات التى ألقى فى هذا الصدد .

فوق ، أن يسجلوا موضوع رسالة للحصول على درجة الدكتوراه . وقد أُلغى هذا النظام فى عام ١٩٦١ وأصبح حق التحضير لدرجتى الماجستير والدكتوراه ، مقصوراً على خريجي قسم الصحافة الحائزين على تقدير جيد على الأقل .

وعلى ضوء التجربة الطويلة التى مرّ بها (معهد التحرير والترجمة والصحافة) فكر مجلس كلية الآداب بجامعة القاهرة فى إنشاء (قسم التحرير والترجمة والصحافة) كقسم من أقسام الكلية يقبل الطلبة الحائزين على شهادة التوجيهية (الثانوية العامة) ويحصلوا على درجة الليسانس بعد دراسة مدتها أربع سنوات .

وفى عام ١٩٥٤ وافق مجلس جامعة القاهرة على بدء الدراسة فى هذا القسم ، الذى يمنح درجات الليسانس والماجستير والدكتوراه . وقد التحق به فى سنته الأولى أكثر من ٢٥٠ طالباً وطالبة . وتخرجت فى يونيه ١٩٥٨ أول دفعة شقت طريقها فى الحياة ، واشتغل أغلبهم فى الأعمال التى تمت إلى الاعلام بصلة وثيقة . ويحتلون فى الوقت الحاضر مراكز رئيسية مرموقة فى مختلف حقول الإعلام والصحافة وبمناسبة احتفال جامعة القاهرة بيوبيلها الذهبى فى ٣١ ديسمبر ١٩٥٨ خصصت أخبار اليوم جائزتين مقدارهما مائتا جنيه ، تمنحان لأول طالب وأول طالبة فى امتحان ليسانس الصحافة كل عام ، وتبعتها جريدة الجمهورية فى سنة ١٩٦٣ فخصصت جوائز للمتفوقين فى هذا القسم .

واستمر قسم الصحافة بكلية الآداب جامعة القاهرة طوال عشرين عاماً إلى عام ١٩٧٤ حينما تخرجت آخر دفعة منه وأُلغى بعدها ، وكان قد أنشئ (معهد الإعلام) (*) فى جامعة القاهرة عام ١٩٧٠ بهدف تزويد مصر والبلاد العربية والافريقية بالمختصين فى الاعلام ، وبدأت الدراسة به فى مارس ١٩٧١ لطلاب الفرقة الأولى بدبلوم الاعلام ، ثم بدأت الدراسة فى أكتوبر من نفس العام لطلاب الفرقة الأولى بمرحلة البكالوريوس ... ثم تحول المعهد فى عام ١٩٧٥ بكل نظمه ومناهجه مع بعض

(*) كانت اليونسكو قد نظمت فى ١٩ مارس ١٩٦٦ حلقة لدراسة طرق التدريب على وسائل الاعلام فى البلاد العربية ، واتخذت هذه الحلقة جامعة القاهرة مقراً لها . وتم الاتفاق من حيث المبدأ على إنشاء مركز إقليمي للتدريب ، تتولى مسئولية تمويله الدول المعنية واليونسكو وغيرها من الهيئات الدولية وإقليمية . وأعرب الأعضاء عن رأيهم فى ضرورة قيام تعاون إقليمي لإنشاء هذا المركز عن طريق جامعة الدول العربية ، أو أن تتولاه إحدى جامعات المنطقة ، أو منظماتها الإعلامية ، مدعمة من حكومات الجامعة العربية كلها أو معظمها ، لتوفير إمكانيات التدريب اللازمة . وما أن انقضت هذه الحلقة الدراسية ، حتى بدأت فى جامعة القاهرة اجتماعات لدراسة إنشاء معهد للإعلام ، يكون قسم الصحافة بكلية الآداب نواته . وتم بالفعل إنشاء هذا المعهد كما ذكر أعلاه عام ١٩٧٠ مستقلاً عن كلية الآداب ، وتابعا مباشرة لجامعة القاهرة ، دون دعم من أى جهة عربية أو إقليمية .

التعديلات الطفيفة إلى (كلية الإعلام) بجامعة القاهرة ... واحتفلت الكلية بتخريج أول دفعة من طلبتها في نهاية العام الجامعى ١٩٧٥/٧٤ .

وتشتمل (كلية الإعلام) على ثلاثة أقسام هى : الصحافة والنشر ... الإذاعة والتلفزيون ... العلاقات العامة والإعلان . وتنقسم الدراسة بها إلى مرحلتين : مرحلة البكالوريوس ، ويقبل فيها خريجو المدارس الثانوية ليدرسوا أربع سنوات فى أحد الأقسام الثلاثة السابقة . وتكون الدراسة فى الفرقتين الأولى والثانية عامة ، ويبدأ التخصص من الفرقة الثالثة بعد إختبار شخصى .. ومرحلة الدبلوم ويقبل فيها خريجو الكليات الجامعية المختلفة ، بشرط أن يكونوا قد مارسوا العمل الإعلامى لمدة سنتين على الأقل ، وأن يجتازوا بنجاح الاختبارات المقررة للقبول . ويمنح هؤلاء الدارسون درجة الدبلوم فى الإعلام بعد دراسة لمدة عامين ... وإلى جانب ذلك تمنح الكلية درجتى الماجستير والدكتوراه فى الإعلام من أحد الأقسام الثلاثة .

وفى بداية العام الجامعى ١٩٧٦/٧٥ بدأت الدراسة فى (قسم الصحافة والإعلام) فى كلية اللغة العربية بجامعة الأزهر ، وكان قد صدر قرار إنشائه فى عام ١٩٧٤ ، وذلك بهدف « تحقيق فكرة الدعوة الإسلامية من خلال الوسائل الإعلامية الحديثة » ... والدراسة بهذا القسم تشتمل على ثلاث شعب تخصصية هى : الصحافة والنشر ... الإذاعة المسموعة والمرئية ... العلاقات العامة والإعلان . ويمنح القسم أربع درجات علمية هى : درجة الإجازة العالية (الليسانس) فى الصحافة والإعلام . ويحصل عليها الطالب بعد دراسة مدتها خمس سنوات جامعية بما فيها السنة التأهيلية .. ودرجة الدبلوم فى الصحافة والإعلام ، ويقبل فيها الحاصلون على درجة الليسانس أو البكالوريوس من إحدى الجامعات ، أو المعاهد العليا المعترف بها . ومدة الدراسة بها سنتان ... ودرجة التخصص (الماجستير) فى إحدى الشعب الثلاث ودرجة العالمية (الدكتوراه) . ومنذ عام ١٩٧٩ والقسم يخرج دفعات من الإعلاميين الإسلاميين ملأت أجهزة الإعلام بشتى أنواعها .

كذلك أنشئ (قسم الصحافة) بكلية الآداب بجامعة أسيوط فى العام الجامعى ١٩٧٦/١٩٧٧ ويمنح القسم درجة الليسانس بعد أربعة أعوام جامعية ، يدرس الطالب خلالها دراسة عامة لا تنشعب إلى أقسام تخصصية .

ويوجد كذلك (قسم الدراسات الإعلامية المتخصصة) فى كلية الآداب بجامعة الزقازيق ، وقد أنشئ منذ العام الدراسى الجامعى ١٩٨٢ ويتم فيه دراسة الصحافة والإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة . كما يمنح دبلوماً فى الاعلام بعد سنتين دراسيتين ، وتمهيدى ماجستير والماجستير والدكتوراه ...

وفى جامعة الاسكندرية توجد شعبة للصحافة داخل إطار قسم الاجتماع بكلية الآداب .

وكان وزير التربية والتعليم قد أصدر فى يوليو ١٩٨٧ قراراً بالسماح بإقامة كليات التربية النوعية تتبع وزارة التعليم العالى مباشرة ... ومن ضمن شعب تلك الكليات الرئيسية شعبة للإعلام التربوى(*) تضم فرعين رئيسيين هما : الصحافة والإذاعة والمسرح . ويحصل الطالب بعد دراسة أربع سنوات على شهادة البكالوريوس فى الاعلام التربوى ، الذى يؤهله للعمل فى مجال التعليم الأساسى ، وفى مختلف مجالات الصحافة والإعلام . وتوجد على مستوى الجمهورية ١٨ كلية تربية نوعية وسيتم تخرج أول دفعة من طلبة شعبة الإعلام التربوى فى العام الجامعى ١٩٩٤/٩٣ إن شاء الله .

وفى حين أن مصر قد عرفت التدريس الأكاديمى للصحافة والإعلام منذ الثلاثينيات - كما سبق ذكره - إلا أن التدريب المنظم فى الإذاعة ، لم يبدأ سوى فى الخمسينيات ، وفى التلفزيون فى أوائل الستينيات

فقد بدأ التدريب الإذاعى المنظم فى مصر عام ١٩٥٧ فى إطار (معهد الإذاعة) ، الذى كان تابعاً لهيئة الإذاعة المصرية . ثم أنشئ (معهد التدريب الهندسى) عام ١٩٦١ وكان تابعاً للهندسة الإذاعية .. وفى عام ١٩٦٢ - بعد دخول التلفزيون فى مصر بعامين - افتتح (معهد التلفزيون) الذى كان يتبع هيئة التلفزيون ، وقد ظل كل من هذه المعاهد تابعاً للقطاع الذى يخدمه ، إلى عام ١٩٧١ عندما دخلت كل هذه القطاعات فى تنظيم واحد هو (اتحاد الإذاعة والتلفزيون) فاندجت المعاهد الثلاثة فى الأخرى فى معهد واحد هو (معهد الإذاعة والتلفزيون) ، الذى يعتبر أعرق معاهد التدريب فى المنطقة العربية وأضخمها ، وتجمع الدراسة فى هذا المعهد بين الدروس النظرية والعملية .

(*) تضم كليات التربية النوعية إلى جانب شعبة الإعلام التربوى عدة شعب رئيسية أخرى مثل : التربية الفنية ... والتربية الموسيقية ... والاقتصاد المنزلى ... وتكنولوجيا التعليم ... ورعاية الأطفال ... وغير ذلك من الشعب الأخرى .

المطلب الرابع

تطور تدريس الصحافة والإعلام في العالم العربي^(١)

منذ أوائل الستينيات بصفة خاصة ، شهد العالم العربي وعياً خاصاً بأهمية التدريب والتعليم ، لإعداد العاملين في أجهزة الإعلام ، وتطوير معلوماتهم ومهاراتهم ، لكي تستطيع هذه الأجهزة القيام بدورها لخدمة أهداف المجتمع . وقد نما هذا الوعي في السبعينيات مع ازدياد الطاقات الإعلامية للدول العربية ، وتعدد المؤسسات والمعاهد التعليمية والتدريبية ، وذلك علي النحو التالي :

تونس :

فكرت وزارة الإعلام عام ١٩٥٦ في تحقيق فكرة إنشاء معهد للإعلام والصحافة في تونس لسد احتياجات البلد من الإعلاميين . لكن هذه الفكرة لم تأت بشيء يذكر ... فتلقتها تجربة ثانية حيث نظمت وزارة التخطيط والاقتصاد القومي ، بمساعدة مالية من مؤسسة (فريدريش نومان - F. Naumann) الألمانية الغربية في ٢٨ يناير ١٩٦٤ دراسات في الصحافة بمعهد (علي ياسين حانيه) ... وواصلت تونس العمل بعد ذلك علي دعم الاعلام كماً وكيفاً ، فكان أول انعكاس لذلك هو انشاء (معهد الصحافة وعلوم الإخبار) في عام ١٩٦٧ داخل الجامعة التونسية . وكانت له حينذاك تبعية مزدوجة لكل من وزارة التربية القومية ، ووزارة الشؤون الثقافية والأخبار ... وفي بداية العام الجامعي ١٩٧٤/٧٣ وضع للمعهد نظام جديد ، أصبح بمقتضاه مؤسسة جامعية مستقلة بمنهجها الدراسية . وبذلك استقرت أوضاعه علي أنه مؤسسة للتعليم العالي تابعة لوزارة التربية القومية وحدها .

(١) راجع في هذا الصدد جميع المصادر السابقة صفحات مختلفة ماعدا المصدر الأخير .. وراجع أيضاً معلومات حول أقسام الإعلام بالملكة العربية السعودية في دليل كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز بجدة عام ١٤٠٢ / ١٤٠٣ هـ وكذلك دليل القبول بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض للعام الجامعي ١٤٠٥ / ١٤٠٦ هـ والعام الجامعي ١٤٠٧ هـ وكذلك دليل المعهد العالي للدعوة الإسلامية بالمدينة المنورة فرع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وكذلك معلومات خاصة للمؤلف حول تدريس الإعلام بالملكة العربية السعودية التي عمل في جامعاتها منذ عام ١٩٧٤ إلى عام ١٩٩١ لتدريس بعض مواد الصحافة .

ويشترط للالتحاق بالمعهد أن يكون المتقدم حاصلاً على شهادة البكالوريا التونسية أو ما يعادلها . كذلك يجوز للمعهد أن يسمح للصحفيين المحترفين بأن يلتحقوا به دون أن يكونوا حاصلين علي شهادة البكالوريا ، بشرط أن يكونوا قد أمضوا ثلاث سنوات متتالية علي الأقل في عملهم الصحفي ، وأن يجتازوا اختباراً شخصياً .. وتنقسم الدراسة به إلي مرحلتين مدة كل منها عامان جامعيان : والمرحلة الأولى عامة ، ويحصل الطالب في نهايتها علي شهادة (الكفاءة) في الصحافة . أما المرحلة الثانية فمتخصصة ، وتنتهي بالحصول علي درجة (الأستاذية) في الصحافة وعلوم الإخبار .

الجزائر

وقد اهتمت الجزائر بعد الاستقلال مباشرة بتكوين الصحفيين .. وبالرغم من إرسال مجموعات من الشباب الجزائري إلي التدريب في الدول الشقيقة والصديقة ، إلا أن هذا الحل لم يف بالمطلوب . لذلك تم إنشاء (المدرسة الوطنية العليا للصحافة) في أواخر عام ١٩٦٤ ضمن نطاق جامعة الجزائر . وفي عام ١٩٧٦ أنشئ (معهد العلوم السياسية والإعلامية) الموجود حالياً بجامعة الجزائر ، نتيجة لاندماج المدرسة ومعهد العلوم السياسية ، الذي كان قد أنشئ عقب الحرب العالمية الثانية علي غرار المعاهد المماثلة في فرنسا .

والدراسة بالمعهد قسمان أساسيان : عربي ، وفرنسي : وهي عامة في السنتين الأوليين . ثم يبدأ الطلبة تخصصهم في أحد فروع الثلاثة : الدراسات الإعلامية ... علوم المنظمات .. السياسة والعلاقات الدولية . ويمنح المعهد درجة الليسانس في العلوم الصحفية (الإعلام) بعد دراسة مدتها أربع سنوات . وكانت المدرسة الوطنية العليا للصحافة تمنح هذه الدرجة من قبال بعد ثلاث سنوات فقط ... ويشترط للالتحاق بمرحلة الليسانس أن يكون الطالب حاصلاً علي شهادة (البكالوريا) الجزائرية أو ما يعادلها .

وقبل إنشاء المعهد الحالي ، كانت قد عقدت عدة دورات تدريبية للعاملين في الحقل الصحفي ، أسهم فيها أساتذة من الخارج ، وكانت الدورة تستغرق ثلاثة أسابيع ، وتجمع بين الموضوعات الثقافية العامة ، والموضوعات الصحفية المتخصصة .

العراق :

وفي العراق افتتحت كلية الآداب بجامعة بغداد (قسم الصحافة) في العام الجامعي ١٩٦٥/٦٤ وكان منهاجه في ذلك الوقت عاماً ، ويمنح درجة البكالوريوس بعد دراسة مدتها أربع سنوات ... ولم ينشأ هذا القسم علي أساس تخطيط مدرّوس مما أدّي إلي تعثره ووقف القبول به مرتين : الأولي عام ١٩٦٧ والثانية من عام ١٩٧١ ثم أعيد النظر في وضع القسم ومناهجه ، وأعيد القبول به من العام الجامعي ١٩٧٥/٧٤ بعد أن

أصبح اسمه (قسم الإعلام) . وكانت الدراسة بالقسم عامة في السنتين الأوليين ، ثم يبدأ التخصص في السنة الثالثة حيث تتشعب الدراسة إلى فرعين هما : الصحافة والعلاقات العامة ... والإذاعة والتلفزيون . ولكن تقرر تطبيق نظام الفصلين الدراسيين والساعات المعتمدة به ابتداء من عام ١٩٧٨/٧٧ أسوة بباقي أقسام الكليات العراقية .

ويقبل بالقسم الطلبة الحاصلون علي شهادة الدراسة الثانوية . وكان يمنح درجة البكالوريوس بعد دراسة أربع سنوات كاملة ، ثم تحولت بعد تطبيق النظام الفصلي إلى ثمانية فصول دراسية . وللقسم صلات وثيقة بالمؤسسات الإعلامية في العراق (وزارة الإعلام ... دور الصحف ... المؤسسات العامة للإذاعة والتلفزيون ... وكالة الأنباء العراقية) حيث تتيح للطلبة زيارتها والتدريب فيها والعمل بها بعد التخرج .

ومنذ السبعينيات عنت العراق عناية خاصة بالتدريب الإعلامي ، ولكن التدريب المنظم اقتصر علي الراديو والتلفزيون فقط ، حيث افتتح في ١٥ يوليو ١٩٧١ (معهد التدريب الإذاعي والتلفزيوني) الذي يتبع المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون ، وهي بدورها تابعة لوزارة الإعلام . ويضم ثلاثة أقسام هي : التدريب الإذاعي ، والتدريب التلفزيوني ، والتدريب الهندسي .

السودان :

وفي عام ١٩٦٥ أنشئت في السودان (جامعة أم درمان الإسلامية) وتضم ثلاث كليات ، منها كلية الآداب التي أنشأت (قسم الصحافة والإعلام) في عام ١٩٦٦ ويلتحق به الطلبة الحاصلون علي شهادة الدراسة الثانوية أو ما يعادلها ، ويحصلون علي درجة البكالوريوس بعد دراسة تستغرق أربع سنوات .

وتهدف المناهج الدراسية بالقسم إلى تخريج الإعلامي العام الذي يؤمن بالرسالة الإسلامية ، ويتحقق هذا الهدف بتزويد الطالب في كل عام دراسي بقدر كاف من المواد الإسلامية ، إلى جانب عدد من المواد الإعلامية المختلفة والمواد المساندة .

وفي عام ١٩٧٣ بدأ التحاق الطالبات بهذا القسم من خلال انتمائهن إلى كلية البنات . ويختلف المنهج الدراسي لهن قليلاً عن منهج الطلبة فيما يتصل بالمواد الإسلامية ، والمواد المساندة ، حيث يعفون من دراسة بعض هذه المواد ، ويضاف بدلا منها عدد من المواد النسائية مثل التمريض ، والاقتصاد المنزلي .

وقد سبق أن نظم القسم ، دورة تدريبية واحدة للصحفيين عام ١٩٦٨ ولكنه لا يقوم حالياً بمثل هذا النشاط ، لأن (معهد الإعلام) التابع لوزارة الثقافة والإعلام السودانية ، الذي بدأت الدورة الأولى فيه في ٢٣ أكتوبر ١٩٧٦ هو الذي يقوم بهذا النشاط .

لبنان :

وتعود بداية تدريس الاعلام في لبنان إلى عام ١٩٦٧ عندما أنشئ بالجامعة اللبنانية (معهد الصحافة) الذي ألحق به بعد عام واحد مركز لتدريب الصحفيين وتطوير وسائل الإعلام ... وفي عام ١٩٧١ تغير اسم المعهد إلى (معهد الإعلام) وتعُدلت نظمه ومناهجه .. وفي عام ١٩٧٥ تحول المعهد إلى (كلية الإعلام والتوثيق) الموجودة حالياً في لبنان ، وتضم ثلاث وحدات هي : قسم الدراسات ... قسم الأبحاث والتوثيق ... مركز تطوير وسائل الإعلام وتدريب الإعلاميين .

ويشترط للالتحاق بالكلية حصول الطالب على البكالوريا اللبنانية (القسم الثاني) أو ما يعادلها ، ويمنح الخريجون درجة علمية واحدة هي الإجازة (الليسانس) بعد دراسة مدتها أربع سنوات في أحد فروع ثلاثة هي : الدراسات الإعلامية ... الصحافة والإذاعة والتلفزيون ... الإعلان والعلاقات العامة .

كذلك بدأ تدريس الاعلام في الجامعة الأمريكية في بيروت عام ١٩٧٠ في برنامج مستقل يؤدي إلى درجة البكالوريوس ، وذلك ضمن دائرة اللغة والآداب الانجليزية . وكان التركيز في هذا البرنامج على المواد الصحفية ... وعندما أنشأت الجامعة اللبنانية (معهد الإعلام) كما سبق ذكره ، رأت الجامعة الأمريكية أن تطور برنامجها لكي يصبح مسانداً - لا مكرراً - لبرنامج الجامعة اللبنانية . وفي بداية العام الجامعي ١٩٧٧/٧٦ أصبح برنامج الاعلام فرعاً من دائرة جديدة هي (دائرة العلوم الاجتماعية والمسلكية) التي تتبع كلية الآداب والعلوم الانسانية بالجامعة الأمريكية في بيروت . وتضم هذه الدائرة إلى جانب الاعلام ثلاثة فروع أخرى هي : علم الاجتماع ... علم النفس ... علم الانسان (الانثروبولوجيا) .

السعودية :

(١) وقد بدأ تدريس الاعلام في المملكة العربية السعودية من العام الجامعي ١٩٧٣/٧٢ عندما أنشأت كلية الآداب بجامعة الرياض (جامعة الملك سعود حالياً) « قسم الإعلام » الذي يتشعب إلى ثلاثة فروع تخصصية هي : الصحافة ... الإذاعة والتلفزيون ... العلاقات العامة ، ويشترط للالتحاق بالقسم أن يكون الطالب حاصلاً على شهادة اتمام الدراسة الثانوية أو ما يعادلها . ويحصل الخريج على شهادة البكالوريوس بعد دراسة مدتها ثمانية فصول دراسية في المتوسط .

(٢) وإسهاماً من جامعة الملك عبد العزيز بجدة في تقديم خدمة تدريبية للمؤسسات الصحفية في المملكة ، فقد تبنّت كلية الآداب والعلوم الإنسانية بها ، عقد دورة تدريبية للعاملين في المؤسسات الصحفية ، والهيئات الإعلامية لمدة خمسة أشهر من يناير إلى

مايو ١٩٧٥ ، وكانت نتيجة هذه الدورة أن اقتنعت الجامعة بالحاجة إلى إنشاء دراسة إعلامية بالمنطقة الغربية في المملكة أسوة بمنطقة الرياض العاصمة .. وبناء علي ذلك قرر مجلس كلية الآداب والعلوم الإنسانية في ٤ جمادى الأولى ١٣٩٦هـ - ٣ مايو ١٩٧٦م إنشاء قسم للصحافة بالكلية .. وفي ١٧ جمادى الأولى ١٣٩٦هـ - ٦ مايو ١٩٧٦م وافق مجلس الجامعة على هذا القرار مع إدخال تعديل عليه ، بأن ينشأ قسم للإعلام (شعبة الصحافة) أولاً ، على أن تنشأ شعب إعلامية أخرى فيما بعد . وفي ٧ شعبان ١٣٩٦هـ - ٤ يوليو ١٩٧٦م وافق المجلس الأعلى للجامعة على إنشاء هذا القسم ، وبدأت الدراسة به في العام الجامعي ١٣٩٧/٩٦ هـ - ١٩٧٧/٧٦م في شعبة الصحافة فقط .. ومن العام الجامعي التالي أفتتحت شعبة ثانية للإذاعة والتلفزيون ، وشعبة ثالثة للعلاقات العامة والإعلان .

ويلتحق بهذا القسم الطلبة فقط الحاصلون على شهادة إتمام الدراسة الثانوية أو ما يعادلها ، ويحصل الطالب على البكالوريوس في الإعلام بعد دراسة لمدة أربعة أعوام كاملة ، مقسمة على ثمانية فصول دراسية في المتوسط . والدراسة بالقسم عامة في المستويين الأول والثاني .. ثم تتشعب إلى ثلاثة فروع تخصصية هي : شعبة الصحافة .. وشعبة الإذاعة والتلفزيون .. وشعبة العلاقات العامة والإعلان .

وقد تخرجت المجموعة الأولى في هذا القسم من شعبة الصحافة وتضم ثلاثة طلاب ، في الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي ١٣٩٩/٩٨هـ حيث أستفاد هؤلاء الطلاب من الساعات التي كانوا قد درسوها في أقسام الكلية الأخرى ، قبل تحويلهم إلى قسم الإعلام بعد بدء الدراسة فيه .. أما الدفعة الأولى الرسمية من طلبة القسم بشعبه الثلاثة ، فقد تخرجت في الفصل الدراسي الأول للعام الجامعي ١٤٠٠/٩٩هـ وكانت تضم ١٤ خريجاً .

(٣) كذلك يوجد في المملكة العربية السعودية (كلية الدعوة والإعلام) بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض . وكانت هذه الكلية قد أنشئت في بداية العام الدراسي ١٣٩٧/١٣٩٦هـ باسم (المعهد العالي للدعوة الإسلامية) للدراسات العليا فقط في قسمين هما : قسم الدعوة والأحتساب ، وقسم الإعلام ، حيث لم تكن به دراسة على مستوى المرحلة الجامعية . وفي بداية العام الجامعي ١٤٠٣/١٤٠٤هـ افتتحت به قسم اللغات والترجمة على مستوى المرحلة الجامعية . ومع نهاية عام ١٤٠٤هـ أصدر المجلس الأعلى للجامعة قراراً بتعديل أسم المعهد إلى (كلية الدعوة والإعلام) وضم إليها قسم الدعوة من كلية أصول الدين ، وقسم الإعلام من كلية اللغة العربية بالرياض .

وبدأت الدراسة في الكلية مع بداية العام الجامعي ١٤٠٤/١٤٠٥ هـ لتتكامل فيها المرحلتين الجامعية والدراسات العليا معاً في قسمي الدعوة والأعلام ، لكي يتمكن خريجوها المتفوقون من استكمال دراستهم العليا في نفس التخصصات ، وتمنح الكلية شهادة البكالوريوس لخريجي المرحلة الجامعية في قسم الدعوة ، وقسم الأعلام بشعبتيه الصحافة والعلاقات العامة .. والأذاعة والتلفاز . كما تمنح درجتى الماجستير والدكتوراه لطلبة الدراسات العليا في نفس التخصصات السابقة .

(٤) كذلك أنشئ قسم للإعلام للدراسات العليا بشعبتيه : الصحافة .. والإذاعة والتلفاز في المعهد العالي للدعوة الإسلامية بالمدينة المنورة ، وذلك عندما أنشئ المعهد كقصر للمعهد العالي للدعوة الإسلامية بالرياض من العام الجامعي ١٣٩٩/٩٨ هـ بناءً على قرار المجلس الأعلى لجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية رقم ٢١ لسنة ١٣٩٨/٩٧ هـ ثم صدرت الموافقة على اعتباره معهداً قائماً بذاته إدارياً ومالياً ومنفصلاً عن معهد الرياض بتاريخ ٢٠ ربيع الثاني ١٤٠١ هـ وقد تخرجت الدفعة الأولى لمرحلة الماجستير من المعهد عام ١٤٠٢/١٤٠١ هـ وبعد ذلك صدرت الموافقة عام ١٤٠٢/١٤٠١ هـ على أحداث المستوى الجامعي بالمعهد ، لتغذية مرحلة الدراسات العليا بطلاب مؤهلين جامعيًا لهذا المجال . وبدأت الدراسة بهذا المستوى الجامعي في قسم الأعلام من العام الجامعي ١٤٠٢/١٤٠٣ هـ .

ليبيا:

وقد أنشأت كلية الآداب بجامعة قاريونس (بنغازي) في العام الجامعي ١٩٧٦/٧٥ م (قسم الدراسات الإعلامية) ومدة الدراسة به أربع سنوات جامعية ، ويتفرع إلى ثلاث شعب هي : الصحافة والنشر .. العلاقات العامة والأعلان .. الإذاعة والخيالة (السينما) . ويقبل به الطلاب الحاصلون على شهادة أتمام الدراسة الثانوية العامة الليبية أو ما يعادلها .

سوريا:

وفي سوريا أنشئ (معهد الأعداد الإعلامية) عام ١٩٦٩ م كهيئة علمية تختص بكل ما يتعلق بشئون الإعلام في مختلف فروعها . والمعهد تابع لوزارة الإعلام السورية ، ويأخذ التدريب به شكل دورات قصيرة ، بعد أن كان يتطلب في البداية سنتين دراسيتين يمكن أختصارها بقرار من وزير الإعلام . ويلحق بهذا المعهد الحاصلون على شهادة الثانوية العامة .

الأردن:

وفي الأردن أنشأت وزارة الإعلام في يوليو ١٩٧٤ م (معهد التدريب الإعلامي)

التابع لمديرية التدريب والأعلام التتوى- وقد حددت مهام المعهد على أساسى عقد دورات تدريبية عامة وتخصصية فى ميادين الأعلام المختلفة ، وتنفيذ برامج انعاشية وتطويرية للعاملين المتخصصين فى مختلف مجالات الأعلام ، وعقد ندوات وحلقات تدور حول موضوعات معينة تتصل بالمجال الإعلامى .

المغرب :

يوجد فى المغرب ثلاث مؤسسات مختلفة الأنظمة ، تعنى بتأهيل الإعلاميين . وهو وضع فريد للتدريس والتدريب الإعلامى لا يوجد فى أى بلد عربى .. وأول هذه المؤسسات هو (مركز تكوين الصحفيين) الذى أنشئ فى الرباط عام ١٩٦٩ بموجب اتفاقية بين وزارة الدولة المكلفة بالأعلام ، ومؤسسة (فريد ريش نومان) فى ألمانيا الاتحادية (حينئذ) . ويعتبر المركز إحدى المصالح التابعة للوزارة تبعية مباشرة . وقد أقيم فى البداية لتوفير تأهيل نظرى فى الإعلام لمدة عام للصحفيين العاملين بالفعل . ثم وضع نظام للدراسة يتماثل مع نظم المعاهد الجامعية الإعلامية فى الدول العربية . وينقسم إلى مرحلتين : الأولى مدتها سنة واحدة يحصل الدارسى بعدها على درجة (محرر) . أما الثانية فمدتها ثلاث سنوات يحصل بعدها الدارس على الدبلوم النهائى للمركز . ويقبل المركز الحاصلين على شهادة أتمام الدراسة الثانوية .. ونظراً لاتساع الأقبال على الدراسة الصحفية أصدرت الحكومة المغربية فى ٩ سبتمبر ١٩٧٧ مرسوماً تم بمقتضاه تحويل هذا المركز إلى (المعهد العالى للصحافة) كمؤسسة مغربية تابعة لوزارة الإعلام .

والمؤسسة الثانية هى (معهد الحسن الثانى للإعلام الإذاعى) الذى ترجع فكرة إنشائه إلى عام ١٩٧٤ عندما أدركت هيئة الإذاعة والتلفزيون المغربية حاجتها لإجراء تدريب منظم للمتقنين الجدد بخدمتها والعاملين القدامى فيها . وبدأت الدراسة فى هذا المعهد من العام الدراسى ١٩٧٨/٧٧ وتنقسم إلى شعبتين : الأولى شعبة (المساعدون الفنيون ومساعو البرامج) وتستغرق الدراسة بها مدة سنتين . ويلتحق بها الحاصلون على الثانوية العامة أو ما يعادلها . والمرشحون من العاملين بآية مؤسسة إذاعية أو تلفزيونية أو سينمائية وغيرها . وفق شروط واختبارات معينة .. والشعبة الثانية هى شعبة (رؤساء فرق الإنتاج) وتستغرق الدراسة بها سنتان أيضاً ، ويلتحق بها الحاصلون على شهادة جامعية فى الآداب أو العلوم أو ما يعادلها ، وكذلك المرشحون من العاملين بالمؤسسات السابق ذكرها ، وفق شروط واختبارات معينة أيضاً .

أما المؤسسة الثالثة فهى (المعهد الوطنى للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية) التابع لوزارة البريد والمواصلات السلكية و اللاسلكية . وقد أنشئ فى عام ١٩٦١م ثم

تحول إلى (المدرسة الوطنية للبريد والمواصلات السلوكية واللاسلكية) في عام ١٩٧٠م ثم تحول إلى معهد وطني من عام ١٩٧٥م . ويعنى المعهد بتخريج مهندسين للاتصالات والإذاعة والتليفزيون ، وتدريب الفنيين . وبالنسبة للمهندسين تستغرق الدراسة ثلاث سنوات بعد شهادة الدراسة الثانوية (البكالوريا) ويمنح الخريجون شهادة تعادل الشهادات الجامعية . أما المساعدون الفنيون فتستغرق دراستهم ١٥ شهراً . ويمكن الالتحاق بهذه الدراسة للذين انتهوا من دراستهم الثانوية من السنة السابقة للبكالوريا

قطر :

بالرغم من أن الحاجة ماسة إلى التدريب في كل ميادين الصحافة والإعلام ، إلا أن وزارة الإعلام القطرية أبدت اهتماماً أكبر بالتدريب في مجال الإذاعة والتليفزيون ، وأقامت لذلك (مركز تدريب الإذاعة والتليفزيون) الذي فتح في أبريل ١٩٧٧م وكان المركز يود أن يقبل الحاصلين على الثانوية العامة ، وأن تكون الدراسة فيه لمدة عام كامل ، إلا أنه رأى أن الحصول على الشهادة الأعدادية يكفي ، وأن يبدأ بدورة قصيرة مدتها ثلاثة أشهر للمذيعين . كذلك بدأ في العام الجامعي ١٩٧٩/٧٨ برنامج الدراسات الإعلامية في كلية التربية بالوحي .

الكويت :

وفي الكويت يوجد (قسم الصحافة والإعلام) بكلية الآداب جامعة الكويت . وكان قد بدأ في دراسة افتتاح القسم من عام ١٩٧٥ إلا أن ندوة أساتذة التدريس الإعلامي التي انعقدت عام ١٩٧٦ نصحت بالتريث في افتتاح القسم ، بسبب عدم وجود أساتذة الإعلام والصحافة للقيام بالتدريس ، فأوقدت الجامعة بعض الشباب إلى الخارج للتخصص في مجالات تدريس الصحافة والإعلام ، على أن يقوموا بالمشاركة في التدريس بعد عودتهم من الخارج وانتهاء بعثاتهم الدراسية .

الإمارات :

وفي دولة الإمارات العربية المتحدة يوجد قسم للإعلام بكلية الآداب جامعة الإمارات العربية المتحدة .

الصومال :

أنشئت في الصومال (مدرسة الصحافة) في كلية التربية بجامعة مقاديشو . وبدأت تزاوّل نشاطها مع حلول العام الجامعي ١٩٨١/١٩٨٠ وبرامجها والدراسة فيها باللغة العربية.

سلطنة عمان :

وفي سلطنة عمان يوجد (قسم الصحافة والإعلام) بكلية الآداب بجامعة السلطان قابوس في مسقط .

وهكذا نجد أن خريطة تدريس الصحافة والإعلام في مصر والعالم العربي ، السابق عرض ملامح منها في المطلبين الأخيرين ، توضح أنه توجد وحدات أكاديمية للدراسات الصحفية والإعلامية في الجامعات العربية ، تتفاوت فيما بينها من حيث النمط ، والحجم ، والبرامج الدراسية ، والأهداف . فهي قد تتخذ شكل فرع من قسم في كلية ، أو قسم من كلية ، أو كلية قائمة بذاتها ، أو معهد مستقل .. ومناهج الدراسة قد تكون من الطموح ، بحيث تستوعب حشداً من مواد الدراسة الإعلامية بمختلف تفرعاتها ، وقد تكون أكثر واقعية فتكتفي بتخصصات محدودة .

غير أنه من الملاحظ بصفة عامة ، أن انتشار هذه الوحدات الدراسية الأكاديمية في مصر والعالم العربي ، يعتبر ظاهرة تؤكد وجود تيار واضح في المحيط الجامعي العربي ، يؤمن بضرورة إنشاء برامج أكاديمية للدراسات الإعلامية .. ويلاحظ أيضاً أن هذه الوحدات الأكاديمية الإعلامية ، تجمع بينها بعض الاتجاهات والخصائص . فمعظمها - مثلاً - يأخذ بالاتجاه الذي يهتم بدراسة الإعلام من حيث هو نظرية ، وفلسفة ، وعامل مؤثر في حركة المجتمعات . التي جانب عنايتها بتزويد طلابها بحصيلة ثقافية مساندة ، تجمع بين اللغات ، والعلوم الإنسانية والاجتماعية . كذلك يلاحظ أن هذه الوحدات الأكاديمية الإعلامية جميعاً ، تكاد تواجه عدداً من المشكلات المشتركة ، وفي مقدمتها نقص أعضاء هيئة التدريس ، وعدم كفاية أجهزة التدريب العملي ، وقلة ما يتاح للطلاب من المؤلفات والمراجع العربية والأجنبية في مختلف تخصصات الدراسات الإعلامية ، ويعاني معظمها من قلة الإمكانيات المادية .

وفيما يتعلق بالقطاع الثاني في حقل الدراسات الإعلامية ، وهو قطاع المؤسسات التدريبية ، فيتضح مما سبق أن مؤسسات التدريب تتميز بسمتين واضحتين عن الوحدات الأكاديمية هما : أنها أحدث عهداً بكثير ، حيث لم تبدأ نشاطها إلا في السبعينات ، باستثناء معهد التدريب الأذاعي الذي أنشأته مصر عام ١٩٥٧ ومعهد التدريب التلفزيوني الذي أنشئ في مصر أيضاً في أواخر الستينيات ، كما أنها أكثر اهتماماً بمجال الإذاعة (المسموعة والمرئية) منها بمجال الصحافة المطبوعة .

ومن الأسباب الرئيسية لذلك أن الدولة تملك وتسير مؤسسات الراديو والتلفزيون في المنطقة العربية ، في حين أن الصحافة يمتلكها القطاع الخاص في عدد من الدول العربية . وكل دولة حريصة على أن تقوم هذه الأجهزة الإذاعية بدورها في خدمة سياسة الدولة العامة من ناحية ، وسياساتها الإعلامية الخاصة من ناحية أخرى . ومن

هنا فهي عادة تولى هذا القطاع عناية كبيرة ، وتهتم بتطويره ورفع كفاءته . أما القطاع الخاص فهو غالباً ما يصدر الصحف بهدف تحقيق الربح ، أو تحقيق المكانة الاجتماعية والتأثير السياسي . وهو في كل الأحوال يفتقر إلى الامكانيات المادية المناسبة ، التي لو أتاحت له لظن أن هناك دائماً أغراضاً أكثر جدوى من التدريب يمكن انفاقها عليها .

كذلك فمن أسباب قلة العناية بالتدريب الصحفي ، أن عمر الصحافة أكثر من الراديو والتلفزيون ، ولذلك يميل الكثيرون إلى الظن أن هناك من الصحفيين الأكفاء في المنطقة ، ما يزيد بكثير عن الأذاعيين المتخصصين .. وهناك سبب آخر يتمثل في الاعتقاد بأن التدريس الأكاديمي للإعلام ، عني بالصحافة أساساً ، وإلى عهد قريب كانت معاهد أو كليات أو أقسام الإعلام تسمى معاهد أو كليات أو أقسام الصحافة . وعندما تغيرت التسمية إلى (أقسام الإعلام) لم يصاحبها تعديل جذري في المناهج الدراسية ، مما يعزز رأي القائلين أن الكليات الجامعية للصحفيين ، والمراكز التدريبية للأذاعيين . هذا إلى جانب أن العمل في الراديو والتلفزيون أكثر تعقيداً من العمل الصحفي ، والتطور التكنولوجي يؤثر علي نحو أعمق ، وهناك بالتالي حاجة إلى التدريب المتجدد في ميادينه المختلفة ، كالأقمار الصناعية ، ومعدات الفيديو ، والفيديو كاسيت ، والتلفزيون الملون .. إلخ .

* * *

* *

المطلب الخامس

مقترحات للنهوض بتدريس الصحافة والإعلام

على ضوء كل ما تقدم في المطالب الأربعة السابقة ، مع الوضع في الاعتبار الواقع الإعلامي المعاصر ، وخاصة في العالم العربي ، يمكن عرض عدد من المقترحات ، التي قد تساهم إلى حد ما ، في حل بعض المشكلات التي تواجه تدريس الصحافة والإعلام في العالم العربي ، وذلك على النحو التالي :-

(١) دعوة الدول العربية التي لا توجد بها دراسات أكاديمية للصحافة والإعلام حتى الآن ، العمل على فتح أقسام ، أو كليات ، أو معاهد للإعلام في جامعاتها ، خاصة بعد أن أصبح الإعلام جزءاً من حياة الناس ، كما اتضح أهمية تأهيل الشباب الذين سوف يحترفون الصحافة ، والعمل في أجهزة الإعلام المختلفة تأهيلاً عالياً ، وذلك نظراً لخطورة المسؤوليات الملقة على عاتق المشتغلين في هذه الأجهزة الإعلامية ، وتأثيرهم الكبير على عقلية الجماهير ، وتكوين الرأي العام واتجاهاته وميوله . هذا مع ضرورة مراعاة اعتماد التخطيط القومي ، عند فتح تلك الوحدات الدراسية الإعلامية على صعيد النواة الواحدة ، وعلى صعيد العالم العربي لتحاشي التنافس ، والتكرار ، وبعبارة الجهود والإمكانات .

(٢) دعوة الكليات الجامعية ، والمعاهد التي بها أقسام أو دراسات للصحافة فقط - كل على قدر طاقتها المادية والبشرية - لإعادة النظر في برامجها الدراسية ، والعمل على تطويرها وتعديلها بحيث تشمل مختلف مظاهر النشاط في حقول الإعلام . ولا يقتصر فقط على المواد الصحفية ، لأن الصحف لم تعد هي الوسيلة الوحيدة لنقل الأخبار إلى الجماهير ، وما يتصل بها من المعلومات العامة والآراء التي تتطوى عليها المقالات . فأجهزة الإعلام الأخرى تتولى أيضاً إيجاد قيادات ثقافية خاصة ، وتنقل إلى الجماعات أخباراً ومعارف تهدف إلى أشاعة التألف فيما بينهم ، ورفع مستواهم الثقافي .

(٣) لقد قامت أغلب الحكومات العربية ، بإنشاء وتأسيس أقسام للصحافة والإعلام ، ولكن مسؤولية الحكومة تجاه تلك الوحدات يجب ألا تتوقف عند حد الإنشاء والتأسيس ، بل يجب عليها مواصلة العمل على توفير وأعتقاد الميزانيات

اللازمة لهذه الكليات والأقسام والمعاهد ، لكي تستطيع أن تهين لنفسها القوى البشرية اللازمة ، والمكتبات التي تتوفر فيها مختلف المراجع والكتب الإعلامية ، ومختبرات التدريب المناسبة .. وبالمقابل فإن أقسام وكليات ومعاهد الصحافة والأعلام يمكنها أن تقوم بدور بارز ، في الأسهم في توظيف برامجها الدراسية بما يحقق الفائدة للوثر الحكومية على نطاق محدد واضح ، خاصة في مجالات التنمية المختلفة ، ومعالجة القضايا الاجتماعية ، والإسهام في حل المشكلات ، وتقديم الاستشارات الإعلامية في مجال سياسة الاتصال ، والمشاركة في إعداد قوانين الصحافة والإعلام والنشر . وغير ذلك من المهام التي تدخل في إطار تخصص تلك الوحدات الدراسية الإعلامية ..

(٤) أن تتعاون الكليات والأقسام والمعاهد الصحفية والإعلامية بالجامعات العربية فيما بينها ، لتعديل برامجها وتنسيقها لتشمل جميع أنواع وسائل الإعلام .. ومن الهام جداً ضرورة إعداد برنامج موحد متكامل ، يلتزم بتنفيذه جميع الكليات والأقسام والمعاهد الصحفية والإعلامية بالنول العربية ، مع إخال بعض التعديلات الطفيفة التي تتفق وكل منطقة .

(٥) تدريس الصحافة والإعلام يكون أكمل إذا لم يقتصر على التعليم النظري ، ويتعداه إلى أتاحة الفرصة للطلاب كي يقوموا بالتدريب العملي على مختلف الأعمال الصحفية والإعلامية .. ولذلك يجب الاهتمام بإنشاء معامل التدريب الصحفي والإعلامي في مختلف الكليات والمعاهد والأقسام الإعلامية ، وإصدار الصحف التي يحررها الطلبة بصفة منتظمة . بالإضافة إلى ضرورة تعميق العلاقة بين هذه الكليات والمعاهد والأقسام الإعلامية ، وبين المؤسسات الصحفية والإعلامية في الدولة ، وتدعيم التعاون فيما بينها . إذ أن هذا الترابط مزيج الفائدة ، فكما أنه يعود بالنفع على المؤسسات الصحفية والإعلامية للحصول على حاجتها من رجال الأعلام المتخرجين في الجامعة ، فهو أيضاً يعرف الأساتذة الجامعيين بالحاجات الفعلية والواقعية لهذه المؤسسات ، وبالتالي يأخذون ذلك في الاعتبار ضمن البرامج الدراسية . وبفضل ذلك فإن هذا الترابط يهيئ لطلبة الصحافة والإعلام ، وخاصة طلبة السنوات النهائية ، فرص التدريب العملي بالمؤسسات الصحفية والإعلامية ، حتى يخرجوا إلى الحياة العملية وهم مسلحون ومطلعون الاطلاع الكافي على شئون مهنتهم نظرياً وعملياً .. فقد أنتهى العصر الذي كانت تعتمد فيه تلك المؤسسات الإعلامية ، على الصحفيين والإعلاميين الذين نالوا خبرة من غير أن يتلقوا تأهيلاً صحفياً وإعلامياً منظماً في الجامعات والمعاهد . وإن كان هذا لا يقلل من تقدير الدور الهام الذي قام به الرعيل الأول ، من الصحفيين والإعلاميين الذين مارسوا العمل الصحفي والإعلامي دون أن يتلقوا تعليماً إعلامياً أكاديمياً ، لأنهم الرواد الذين شقوا الطريق ومهدوه للأجيال التي جاءت

بعدهم ، على أن الاعتماد الكلى على تلك الفئة المرموقة وحدها لم يعد كافياً بعد تطور مختلف وسائل الإعلام ، وتشعب مؤسساتها فى العالم العربي ، خاصة بعد أن أثبت خريجوا الإعلام خلال عملهم فى المؤسسات الإعلامية والصحفية ، براعة فائقة فى أداء أعمالهم وإبداعهم فيها .

(٦) أن هيئات التدريس فى مختلف مجالات تدريس الصحافة والإعلام ، تعد عنصراً على جانب كبير من الأهمية . ولقد أثبتت التجارب أن أى عجز أو نقص فى هيئات التدريس ، هو فى الواقع أخطر اختناق يمكن أن يجابه كليات ومعاهد وأقسام الصحافة والإعلام بالجامعات ، وكثيراً ما يكون ذلك معوقاً لتحقيق أهدافها . إذ أنه لا يستعصى الحصول على المال بقدر ما يستعصى الحصول على الرجال الأكفاء ، بالعدد الكافى لاحتياجات التدريس فى مختلف مجالات الصحافة والإعلام .

ومن المقائق التى لا يمكن إنكارها ، أن جميع كليات ومعاهد وأقسام الصحافة والإعلام الموجودة حالياً فى العالم العربى ، تعاني من نقص كبير فى عدد أعضاء هيئة التدريس والتدريب . ولذلك فأنه من الأهمية بمكان ضرورة توجيه الاهتمام الكافى لتأهيل أساتذة الصحافة والإعلام ، والاستمرار فى تأهيلهم أكاديمياً وبحثياً ، مع مراعاة التنوع فى جهات التأهيل ، للاستفادة من الخبرات الأكاديمية والبحثية المتنوعة .. وكذلك العمل على توفير الأعداد اللازمة من هيئات التدريس والتدريب ، مع الاستعانة فى هذا الصدد بالذين لهم خبرة عملية ونظرية من رجال الصحافة والأعلام للقيام بمهمة التدريس ، ودعوتهم لألقاء الدروس العملية والنظرية ، ويمكن أن يختار من بينهم من يثبت نجاحه فى مهمة التدريس لشغل وظائف ثابتة.

وجدير بالذكر أن بعض الدول العربية ، قد لجأت إلى الإستعانة بالأساتذة الأجانب ، للتدريس فى مؤسساتها الإعلامية الأكاديمية لتعويض بعض النقص فى هيئة التدريس بها ، لكن اختلاف اللغة حال دون الإستفادة الكاملة من الأساتذة الأجانب ، حيث أن مستوى الطالب العربى فى اللغة الإنجليزية أو الفرنسية لم يسمح بمتابعة المحاضرات ، مما أدى إلى فشل التجربة . ولذلك فقد يكون من المفيد الإستعانة بالأساتذة الأجانب فى النواحي الفنية ، والدراسات العليا فقط إذا اقتضت الحاجة إلى ذلك .

(٧) أتاحه الفرصة لأعضاء هيئة التدريس للاستفادة من أجازات التفرغ العلمى ، التى تنص عليها معظم لوائح الجامعات العربية . وبما يمكن عضو هيئة التدريس من استمرار تأهيل نفسه ، ومواكبة التطورات فى المناهج وأساليب وطرق البحث العلمى فى مجالات الإعلام المختلفة .

(٨) دعم وتشجيع فكرة الأستاذ الزائر ، وتبادل أعضاء هيئة التدريس . كأن يمضي أستاذ جامعة معينة فصلاً دراسياً بجامعة أخرى ، علي أن تقوم الجهات المختصة بتوفير التمويل اللازم في حالة الجامعات التي لا تسمح مواردها المالية بذلك .. والعمل أيضا علي تبادل الزيارات للأساتذة والطلاب لفترة قصيرة ، بين مختلف كليات ومعاهد وأقسام الصحافة والإعلام العربية ، بقصد تمكينهم من الاطلاع علي الأساليب الصحفية والإعلامية في مختلف البلدان العربية . وأتاحة فرص الاجتماع بين هيئات التدريس ، لتبادل المعلومات والخبرات في مجال التدريس الإعلامي .

(٩) إنشاء منح دراسية لرجال الصحافة والإعلام المحترفين غير الجامعيين ، الحاصلين علي شهادات الثانوية العامة أو ما يعادلها ، للالتحاق بكليات وأقسام ومعاهد الصحافة والإعلام بالجامعات العربية ، ومنحهم أولوية الالتحاق بها للحصول علي المؤهلات الجامعية في مجالات تخصصهم ، علي أن تمنحهم جهات أعمالهم تفرغاً للدراسة بمرتب كامل ، وفي ذلك فائدة كبيرة لأجهزة الإعلام المختلفة ، لأنها ستعمل علي رفع مستوى العاملين فيها علمياً ، مما ينعكس بالتالي علي نوعية العمل وتحسين جودته .. وبالإضافة إلي ذلك يمكن عقد دورات دراسية تدريبية لفترات قصيرة ، تتراوح بين أربعة وثمانية أشهر للعاملين في مختلف مجالات الإعلام ، من الذين لا يحملون شهادات دراسية تؤهلهم للالتحاق بالجامعة .

(١٠) وإذا كانت البحوث العلمية تعتبر قضية حياة بالنسبة للجامعات ، فهي ضرورة هامة للنهوض بالصحافة وأجهزة الإعلام المختلفة . ولذلك يجب علي كليات ومعاهد وأقسام الصحافة والإعلام في الجامعات العربية ، التأكيد علي أهمية هذه البحوث ، وتوجيه الاهتمام إلي البحوث الإعلامية التطبيقية في موضوعات مرتبطة بالواقع الإعلامي العربي ، وذلك لكي تكون هذه البحوث مجدية ، وتساعد علي النهوض بهذه المهنة وتحسينها . ويجب أن تتسم هذه البحوث بروح العمل الجماعي ، الذي يتطلب التعاون والتكامل المنسق بين القائمين عليها من داخل الجامعة ، ودعوة المختصين من خارج الجامعة من الهيئات والمؤسسات الصحفية والإعلامية للمساهمة في هذا المجال ، والإشتراك في إعداد الدراسات والبحوث العملية ، التي تستهدف النهوض بمهنة الصحافة والإعلام ، والإرتفاع بمستوي العاملين فيها ، وإدخال التعديلات الهامة عليها .

(١١) تشجيع التأليف والترجمة في مجالات الإعلام والصحافة ، ورصد المبالغ اللازمة ، وتنظيم المسابقات الدورية لذلك . والاستفادة من دراسات ، وبحوث الأساتذة ورسائل الماجستير والدكتوراه ، وأن تقوم الجامعات بطبعها علي نفقتها ، والتعاون فيما بين الأساتذة في التأليف ، وتجنيد الكفاءات لإعداد الكتب الدراسية والترجمة ،

بالتعاون مع المنظمات الإقليمية المختصة ، وتعميم هذا النتاج العلمي علي مختلف كليات ومعاهد وأقسام الصحافة والإعلام في العالم العربي ، مع مراعاة عدم وجود تكرار بينها لا يؤدي أى فائدة .

(١٢) عقد ندوات علمية سنوية أو علي فترات محددة كل عام ، تجمع بين أعضاء هيئة تدريس الإعلام والطلبة في كل بلد عربي ، وبين كبار الصحفيين والإعلاميين المحترفين في نفس البلد ، يتم خلالها استعراض ومناقشة المشكلات ، أو النظريات التي يساهم بها أساتذة الإعلام ، أو المشكلات العملية المتخصصة التي يأتي بها رجال الإعلام المحترفين . كما يتم في هذه الندوات استطلاع وتحليل الخدمات المختلفة ، التي يتوقع رجال الصحافة والإعلام المحترفين من كليات ومعاهد وأقسام الإعلام تقديمها للمؤسسات الصحفية والإعلامية .

(١٣) السماح لأعضاء هيئة تدريس الصحافة والإعلام بتقديم بعض الخدمات الاستشارية المتخصصة لبعض المؤسسات الصحفية والإعلامية الحكومية والخاصة ، وذلك تعزيزاً لموقف الكليات والمعاهد والأقسام الإعلامية الجامعية ، وتأكيداً لرغبتها في خدمة المجتمع في هذا المجال الحيوي . ومن المفضل أن يتم وضع نظام خاص ، يحكم كمية الخدمات الخارجية التي في إمكان عضو هيئة التدريس أن يقدمها ، بحيث لا تطغى هذه الخدمات علي الدور الأساسي للأستاذ الإعلامي الجامعي .

* * *

وفي ختام هذا البحث لا يسعني إلا أن أتذكر هنا ما أكدّه الكاتب والصحفي الأمريكي المشهور (والتر ليبمان) منذ أكثر من سبعين عاماً . من أهمية الإعداد المهني الصحفي بالنسبة للمصلحة العامة- وينسحب ذلك أيضاً دون شك علي مختلف المجالات الإعلامية - وأنه ليس من المعقول أن يبقي المجتمع تحت رحمة شهوة جاسوا بالصدفة ، ومن غير تأهيل ليصبحوا صحفيين [وإعلاميين] ، والطريقة المثلي هي أن تضطلع بالصحافة [والإعلام] نخبة ممتازة . وسيكون امتيازها وحده كفيلاً بظرد غير الصالحين من ساحة المهنة . وهذا يفترض أمرين : الأول الاعتراف علناً بما لهذه المهنة من كرامة ، حتي لا تبقي ملجأ لأشخاص مرتزقين وغير موهوبين .. والثاني فرض أعداد مهني على الصحفيين [والإعلاميين] حتي يؤدوا تلك الشهادة علي وجهها الأمثل .

وقد تحقق الآن كل هذا وأكثر منه بالفعل .. ومما ييشير بالخير في هذا الشأن أيضاً ، ويدعم صحته ، أن العواصم العربية قد شاهدت في السنوات الأخيرة ، العديد من المؤتمرات واللقاءات المختلفة للصحفيين والإعلاميين العرب ، سواء كان ذلك في شكل مؤتمرات للصحفيين العرب ، أو مؤتمرات لوكالات الأنباء العربية ، واتحاد

الإذاعات العربية أو في شكل دورات دراسية وتدريبية للصحفيين والإعلاميين العرب ، قام بها المركز العربي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير ، أو اتحاد الصحفيين العرب ، أو منظمة العمل العربية ، أو النقابات الصحفية العربية ، وكذلك الجامعات المختلفة في العديد من الدول العربية ... وقد اتجه الفكر الإعلامي خلال كل تلك المؤتمرات والندوات والدورات الصحفية والإعلامية ، إلى ضرورة تطوير المؤسسات العلمية للصحافة والإعلام في الجامعات العربية ، وجعلها تسير العصر بإدخال مواد حديثة علي برامجها الدراسية ، ومنها العلوم الإقتصادية ، وعلوم التخطيط في الميادين الإنمائية ، واستخدام أحدث الأجهزة التكنولوجية في وسائل الإعلام ، ومن ثم تكوين الرجال المهرة في الصحافة والإعلام ، القادرين على تحمل مسؤولياتهم ، ومسئوليات الإعلام في العصر الحديث .

* * *

الفصل الثانى

الصحافة بمعنى الشكل

الصحف عبارة عن دوريات Periodicals عرفتْها منظمة اليونسكو عام ١٩٦٤ بأنها ، كل المطبوعات التى تصدر على فترات محددة ، أو غير محددة. (منتظمة أو غير منتظمة) ولها عنوان واحد ينتظم جميع حلقاتها (أو أعدادها) ويشارك فى تحريرها العديد من الكتاب . ويقصد بها أن تصدر إلى مالا نهاية (أى لا يوضع حد معين تقف عنده الدورية وتحتجب عن الصدور) .

وقسمت المنظمة الدوريات إلى نوعين رئيسيين :

النوع الأول : وهو الجرائد اليومية ، التى تصدر أربع مرات أسبوعياً على الأقل . والجرائد غير اليومية ، التى تصدر أقل من أربع مرات فى الأسبوع ، ومنها الإسبوعية .

والنوع الثانى : وهو المجلات التى تصدر فى دورية معينة أقلها أسبوعاً ، أو شهرية أو سنوية أو أكثر . وتنقسم إلى مجلات تهتم المثقف العام ، ومجلات متخصصة فى أى مجال من المجالات التى تهتم المتخصصين ^(١) .

وهكذا نجد أن مفهوم (الصحافة) ضمن إطار معنى الشكل ، يشتمل على النوعين معاً ، وهما (الجرائد) اليومية والأسبوعية . و(المجلات) التى أقلها أسبوعية .. وكل نوع منهما ينقسم فى نفس الوقت إلى عدة أنواع مختلفة .. وهذا ما سنوضحه فى المبحثين القادمين .. ولكن قبل ذلك من المفيد توضيح معايير التفرقة بين الجرائد والمجلات .

الواقع أنه لا توجد فوارق جامعة مانعة بين النوعين ، لأنهما يشتركان فى العديد من السمات المتماثلة ، ومنها : أنهما دوريتان تتميزان بالعنوان الواحد الذى ينتظم جميع الأعداد ، وبالرقم المسلسل الذى يسلم العدد إلى الذى يليه ، وبإنتظام موعد الصدور ، وعدم وجود حد يقف عنده صدور أى منهما ، وأنهما أيضاً مطبوعتان . وهذا المفهوم يقصر اصطلاح (الصحافة) على الدوريات المطبوعة فقط ^(*) . ولكن بالرغم من ذلك فإن

(١) محمود علم الدين/ المجلة التخطيط لإصدارها ومراحل انتاجها (القاهرة ١٩٨٠) ص ٧ .

(*) بعد إبتكار المطبعة إنتشار استخدامها فى منتصف القرن الخامس عشر ، بدأت الصحافة المطبوعة فى الظهور فى العالم ، وظهرت أول صحيفة مطبوعة فى نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر . كما سبق إيضاحه بالمبحث الأول من الفصل الأول من هذا الكتاب .

لكل من الجريدة والمجلة شخصيتها المتميزة ، التى تكشف عنها مجموعة من الخصائص التى يمكن اجمال أهمها فيما يلى^(١) :-

(١) تميل أحجام الجرائد إلى الكبر، بينما تميل أحجام المجلات إلى الصغر . وإن كنا نرى فى بعض الحالات جرائد تصدر فى أحجام صغيرة ، وكذلك توجد بعض المجلات التى كبر حجمها وكاد يقترب من حجم الجرائد .

(٢) السعر أى ثمن النسخة من الجريدة أو المجلة . يلاحظ أنه يمكن أن يكون واحداً . ولكن بصفة عامة يلاحظ أن ثمن الجرائد فى أغلب الأحوال أقل من أسعار المجلات .

(٣) المجلة لابد لها من غلاف يجمع صفحاتها، فى حين أن الجرائد لا يوجد لها هذا الغلاف .

(٤) كانت أغلب الجرائد تطبع عن طريق (الطباعة البارزة)^(*) فى حين أن أغلبية المجلات كانت تطبع بطريقة (الطباعة الغائرة)^(**) . ويلاحظ أن هذا الفرق قد تلاشى بين كثير من الجرائد والمجلات المعاصرة ، بعد أن أصبح أغلبها يطبع بطريقة (الأوفست)^(***) .

(١) فاروق أبو زيد/ مدخل إلى علم الصحافة (عالم الكتب - القاهرة ١٩٨٦) ص ١٧٤ - ١٧٦ .
(*) طباعة تتم من سطح بارز ، مثل طباعة الحروف ، والطباعة بالكليشيهات ، والأسطح الطباعة البارزة . والسطح الطباعى تحفر فيه المساحات غير المطلوب طباعتها فى مستوى منخفض عن مستوى السطح المعدنى ، وتبقى المساحات المراد طباعتها بارزة بدون حفر (راجع فى ذلك للمؤلف ، قاموس المصطلحات الإعلامية ، دار الشروق بجدة ١٩٨٤) ص ٢٨٨ .

(**) طريقة طباعة تعتمد على حفر السطح الطباعى بمنخفضات غائرة ، وبمبدأ عام ، كلما كانت المنخفضات أكثر غوراً زادت إمتلاء بالحبر ، ومن ثم تطبع المناطق ذات القيم اللونية الداكنة (القائمة) من منخفضات غائرة ، بينما تطبع المناطق ذات القيم اللونية الفاتحة من منخفضات أقل غوراً . ولكي تحتفظ المنخفضات بالحبر ، يجب التخلص من الحبر فى المساحات غير المطلوب طباعتها ، بإستخدام مكشط الحبر (سكين الإزاحة) لإزالة الحبر من تلك المناطق . (راجع فى ذلك للمؤلف ، قاموس المصطلحات الإعلامية / مرجع سابق ، ص ١٥٣) .

(***) طباعة غير مباشرة من سطح طباعى أملس ، تعتمد على التناثر بين الحبر والماء ، فالمناطق الطباعية تتقبل الحبر وتطرد الماء ، والمناطق غير الطباعية تتقبل الماء وتطرد الحبر . ويستخدم وسيط مطاطى ناقل (بلانكت) بين السطح الطباعى وبين الورق كوسيلة للطبع غير المباشر . فالصورة على السطح الطباعى معدولة الوضع تنتقل الى الوسيط المطاطى معكوسة الوضع ، فينقلها بالتالى إلى الورق معدولة الوضع . (راجع فى ذلك للمؤلف ، قاموس المصطلحات الإعلامية / مرجع سابق ، ص ٢٣٥) .

(٥) تهتم غالبية المجلات بالصور والرسوم الكاريكاتورية والمعبرة ، والتي تحتل نسبة كبيرة من صفحاتها . بالإضافة إلى أن الصورة تعتبر عنصراً جوهرياً لغلاف أى مجلة ، فى حين أن الجرائد لا يصل اهتمامها بالصور إلى نفس اهتمام المجلة بها .

(٦) تستخدم غالبية المجلات أنواعاً من الورق أكثر جودة من الذى تستخدمه الجرائد . وإن كان يلاحظ أن ورق الجرائد قد اقترب فى السنوات الأخيرة من مستوى ورق المجلات ، وخاصة بعد أنتشار طباعة الجرائد بالأوفست ، الذى يتطلب أن يكون سطح الورق ناعماً ومصقولاً وصالحاً لطباعة الأوفست .

(٧) تتوسع المجلة فى استخدام الألوان ، وخاصة المجلات المصورة ، ويساعدها فى ذلك مواعيد الصدور المتباعدة بين كل عدد وآخر . فى حين أن الأصدار اليومى لغالبية الجرائد يحول بينها وبين التوسع فى استخدام الألوان .

(٨) يغلب على قارئى الجريدة اليومية الطابع العام ، فهو ينتمى إلى فئات مهنية متعددة ، وطبقات إجتماعية مختلفة ، واتجاهات سياسية متباينة . فى حين أن قارئى المجلة غالباً ما يكون محصوراً فى فئة محددة ، أو طبقة إجتماعية معينة ، أو اتجاه سياسى خاص . ولكن يلاحظ أن السنوات الأخيرة شهدت تطوراً هاماً فى السياسة التحريرية ، حيث اتجهت الجرائد نحو تقديم أبواب و صفحات متخصصة ، وبذلك صارت الجرائد اليومية والأسبوعية ، تجمع بين ما تتميز به من تنوع وشمول فى المادة الصحفية ، وبين ما تتميز به المجلات من تخصص فيما تقدمه من مواد صحفية .

(٩) غالباً ما يكون قارئى المجلة أكثر تعليماً أو ثقافة من قارئى الجريدة ، وخاصة قارئى المجلات الثقافية الشهرية أو الفصلية المتخصصة .

وبعد توضيح معايير التفرقة بين الجرائد والمجلات نستعرض بالتفصيل وفى البحثين التاليين الجرائد وأنواعها .. والمجلات وأنواعها . كلاً على حدة .



المبحث الأول

الجرائد وأنواعها

كلمة (جريدة) الشائعة الاستعمال كلمة صحيحة ، وتجمع على (جرائد) .
والجريدة هي سعة النخلة بلغة أهل الحجاز، وكانوا إذا يبست السعة قشروها من
خوصها واستعملوها للكتابة . ومن هنا يكون مقبولاً أن يطلق على الصحيفة اسم
(الجريدة) وتجمع في عصرنا الحاضر على (جرائد) إذ أن الجريدة هي الصحيفة
المكتوبة ، وقد كانت قديماً صحيفة من سعف النخل ، فأصبحت الآن صحيفة من مادة
الورق^(١) .

ولقد استخدم أحمد فارس الشدياق كلمة (جريدة) عندما أنشأ جريدة (الجوائب)
في الأستانة عاصمة الخلافة العثمانية عام ١٨٦٠ ومنذ ذلك الوقت شاع استخدام
لفظ (الجريدة) لدى جميع الصحفيين بمعناها العصري^(٢) .

ويقول أديب إسحق صاحب جريدة (مصر) في القاهرة : الجريدة لفظ أطلق
اصطلاحاً علي الصحيفة التي تطبع في أوقات معينة ، مشتملة علي أنباء ، وآراء
ومباحث في السياسة أو الأدب أو العلم أو منهن معاً^(٣) .

(١) بشير العوف / الصحافة تاريخاً وتطوراً وفناً ومسئولية (المكتب الإسلامي / بيروت / الطبعة الأولى ١٩٨٧) ص ٣٢ .

(٢) الفيكونت فيليب دي طرازي / تاريخ الصحافة العربية (المطبعة الأدبية بيروت ١٩١٣) ج ١
ص ٧ (والشدياق هو فارس بن يوسف بن منصور بن جعفر بن فهد الشدياق . ولد عام ١٨٠٤
في عشقوت بلبنان ، وسافر الى مصر وعمل في جريدة (الوقائع المصرية) وأتقن اللغة العربية ،
وسافر الى تونس ، وهناك إعتنق الإسلام وصار يعرف بإسم الشيخ أحمد فارس الشدياق وفي
عام ١٨٥٧ إنتقل إلي الأستانة وأنشأ جريدة (الجوائب) بعد ثلاث سنوات ، واستمر في عمله
حتى ضعف بصره ، وأثقلت الشيخوخة كاهله فتوقف إصدار (الجوائب) وعاد إلي مصر عام
١٨٨٥ ثم عاد إلي القسطنطينية ولم يفارقها إلى أن توفي يوم ٣٠ أيلول ١٨٨٧) .

(٣) تاريخ الصحافة العربية / مصدر سابق ج ١ ص ١١ .

أنواع الجرائد :

تنقسم الجرائد إلى أنواع متعددة منها ما يلي (١) :-

أولاً : الجرائد اليومية .. والجرائد الأسبوعية : تقوم الجرائد اليومية بنشر آخر الأخبار ، ومتابعة الأحداث الجارية ، في حين تقوم الجرائد الأسبوعية بتحليل هذه الأحداث وتفسيرها ، ويساعدها في ذلك عنصر الوقت الذي يتيحها الإصدار الأسبوعي ، لتجميع الأحداث والربط بينها وتحليل أبعادها ودلالاتها . لذلك تتمتع الجرائد الأسبوعية بما تتميز به الجرائد اليومية من متابعة الأحداث الجارية ، وبما تتميز به المجلات الأسبوعية من تحليل للأحداث وتفسيرها .

ومن أهم أشكال الجرائد الأسبوعية : جرائد الأحد التي تصدر في أوروبا والولايات المتحدة . والاعداد الأسبوعية التي تصدرها الصحف المصرية مثل : أخبار اليوم التي تصدر يوم السبت ، وأهرام الجمعة ، وجمهورية الخميس ، وجريدة الشعب ، وعدد الوفد يوم الخميس وغيرها .

ثانياً : الجرائد الصباحية .. والجرائد المسائية : إن السعة العامة للجرائد المسائية أنها جرائد (مدن) فهي غالباً ما تصدر بالمدن الكبرى وعواصم الدول . وأكثر الأخبار التي تنشرها الجرائد المسائية تنتمي إلى (الأخبار المستكملة) و (أخبار المتابعة) أي أنها تستكمل وتتابع الأخبار التي سبق نشرها بالجرائد الصباحية . وبالرغم من ذلك فالجرائد المسائية كثيراً ما تتفرد بالعديد من الأخبار التي لم تتمكن الجرائد الصباحية من الحصول عليها ، مثل الأخبار الحكومية ، ونتائج بعض المباريات الرياضية ، وأخبار المال والبورصات وغيرها . وفي حين تنتشر الجرائد الصباحية في أوروبا وغالبية دول العالم الثالث في آسيا وأفريقيا والأمريكتين ، نجد أن الصحافة المسائية تنتشر في الولايات المتحدة . وسبب ذلك أن نهار العمل ينتهي في الولايات المتحدة مبكراً ، في حين ينتهي متأخراً في أوروبا .

ثالثاً : الجرائد القومية .. والجرائد المحلية : القومية هي التي تريد الوصول إلى جميع القراء في الدولة التي تصدر بها ، والمحلية توجه أساساً إلى قراء إقليم محدد .. والقومية تميل إلى القضايا القومية العامة ، ويزيد إهتمامها بالأخبار العالمية والدولية ، بينما المحلية تميل إلى القضايا الخاصة بالإقليم الذي تصدر به ، ولا تهتم بالأخبار الدولية .

(١) راجع في ذلك / فاروق أبو زيد / مدخل إلى علم الصحافة (عالم الكتب القاهرة ١٩٨٦) ص ١٧٧ - ١٧٩ وراجع أيضاً تقسيمات أخرى للدكتور عبد العزيز الغنام في كتابه مدخل في علم الصحافة / الجزء الأول - الصحافة اليومية (القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية - الطبعة الثانية ١٩٧٧) ص ٢٢ - ٢٨ .

رابعاً : الجرائد الجماهيرية (الشعبية) وجرائد النخبة : الشعبية أو الجماهيرية هي الجرائد ذات الأرقام المرتفعة في التوزيع ، ورخيصة الثمن ، وتهتم بالأخبار التي تثير اهتمام القراء وتمس مصالحهم . وتفسح مكاناً لأخبار الجرائم ونجوم المجتمع ، وتهتم بالمانشيتات والعناوين الغريبة . وغالباً ما تكون في الحجم النصفى (التابلويد Tabloid) وخاصة في أمريكا وأوروبا الغربية .

أما جرائد النخبة فتوزيعها أقل ، ومادتها أعلى وأعمق ، وتهتم بتحليل الأخبار وتفسيرها . ومرتفعة الثمن ، وتميل إلى المحافظة والاعتزان ، وتبتعد عن الاثارة . وتميل إلى الحجم الكبير المعروف .

خامساً : الجرائد العامة .. والجرائد المتخصصة : تتنوع مادة الجرائد العامة ، وتتسع اهتماماتها لتشمل جميع أوجه النشاط الانساني في المجتمع ، كما تهتم بنشر الأخبار العامة .. في حين أن الجرائد المتخصصة تهتم فقط بالطبقة الاجتماعية التي تعبر عنها ، أو الفئة المهنية التي تخدمها ، أو بمجال النشاط الانساني الذي تتخصص فيه ، وتركز على الأخبار الخاصة بالمجال الذي تهتم به .

سادساً : الجرائد المستقلة .. والجرائد الحزبية : الجرائد المستقلة لا تعبر عن اتجاه سياسي معين ، وإنما هي منفتحة على كافة الآراء والاتجاهات والمذاهب السياسية والفكرية والاجتماعية . ويغلب عليها طابع صحافة الخبر . ومن النماذج البارزة لذلك في الصحافة العالمية جريدة (التايمز) اللندنية .. وعلى المستوى المحلي جريدة (الأهرام) المصرية ، وخاصة في فترة ما قبل ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ أما الجرائد الحزبية ، فهي التي تعبر عن فكر سياسي معين أو اتجاه خاص . وتحدد وظيفة الجريدة الحزبية في الاعلام عن فكر الحزب ، والدفاع عن مواقفه وسياساته . ويغلب عليها طابع صحافة الرأي .

* * *

المبحث الثاني

المجلات وأنواعها

كان الصحفيون في البداية لا يفرقون في استعمال بين (الجريدة) ، و(المجلة) ، فلما تولى الشيخ إبراهيم اليازجي^(*) إدارة (مجلة الطبيب) البيروتية عام ١٨٨٤ بالاشتراك مع الدكتور بشارة زلزل والدكتور خليل سعادة ، أشار باستعمال كلمة (مجلة) ، وتابعته في استخدام هذا الاصطلاح جميع المجلات التي صدرت بعدها ، والتي كانت قبلها ، ثم شاعت في جميع البلاد العربية^(١) .

ويقول الشيخ اليازجي أن (المجلة) مشتقة من مادة جلا أو جلاء ، أي ظهر ووضع . ومنها جلية الأمر . أي ما ظهر حقيقته أي الخبر اليقين . والمجلة هنا بمعنى إستجلاء حقيقة من المعالم^(٢) .

والمجلة كلمة اصطلاحية يعبر عنها في اللغة الانجليزية بلفظ (Magazine) أو (Review) . واللفظ الأول مأخوذ من الكلمة العربية (مخزن) ومعناها في الإنجليزية (مخزن البضائع والسلع) ولها معنى آخر هو (مخزن البارود) . وتعرف بوائير المعارف وقواميس اللغة كلمة (Magazine) بأنها المجلة العامة ، التي تهتم بموضوعات مختلفة للجوانب المتعددة للحياة . وقد استعملت هذه الكلمة لأول مرة عام ١٧٣١ ، لتصف الصحيفة التي كان لها شكل الجريدة ولكن محتواها متنوع . وذلك لأن الجريدة كانت مخصصة بشكل محدد للأخبار السريعة المحلية ، بينما المجلات لم تكن تفعل شيئاً لتعرض أخبار وقتها ، بل قدمت الروايات ، ومقالات عن الرحلات ، ودراسات جادة ، ومواد أخرى للتسلية^(٣) .

(*) هو إبراهيم بن ناصيف بن عبد الله بن ناصيف بن جنبلاط ، عالم في اللغة والأدب . وقد ولد في بيروت عام ١٨٤٧ وتوفي بالقاهرة عام ١٩٠٦ ثم نقلت رفاته إلى بيروت .

(١) تاريخ الصحافة العربية - مصدر سابق ص ١٧ و ٨ .

(٢) عبد العزيز الدسوقي / روضة المدارس ص ٩ .

(٣) إجلال خليفة / الصحافة مقرومة - مرثية - مدرسية - مسجدية - تجارية - إدارية (القاهرة ١٩٧٦) ص ٧٧ و ٧٨ وكذلك محمود علم الدين / المجلة مصدر سابق ص ١٠ .

والمعنى الحرفي للكلمة الثانية (Review) هو (إعادة النظر) أو (معاينة) . أي إعادة النظر في شيء ما واستعراضه . ودلالة هذا اللفظ آتية من أن المجلة لا تعدو في جوهرها ، أن تكون عبارة عن إعادة النظر في أخبار وحوادث ومواد صحفية سبق نشرها في الجرائد اليومية ، ولم تساعد طبيعة الصحافة اليومية ذاتها على استيفاء هذه المواد كما ينبغي . لكن المجلة تستطيع أن تعيد النظر في هذه المواد على اختلافها ، وأن تبدي للقارئ وجهة نظر جديدة قلما تتاح للجريدة اليومية ^(١) .

وتعبر تلك الكلمة أيضاً عن المجلة المتخصصة ، أو المجلة ذات المستوى العالي المحددة الموضوعات ، المتجانس قراؤها ، المرتفع مستوى ثقافتهم . أي أن المجلة دورية تجمع بين التخصص والعمومية في اختيار المادة الصحفية . وتصدر في فترات معينة أقلها أسبوعاً وأكثرها خمس سنوات . وتأخذ من الكتاب عمقه ، ومن الجريدة تنوع مادتها ، ومجارية هذه المادة لجوانب الحياة وسرعة حدوثها ^(٢) .

أنواع المجلات ^(٣) :

وبالنسبة لأنواع المجلات ، فإنه يوجد أكثر من تصنيف لها . ويمكن تقسيمها إلى خمسة أنواع رئيسية هي : المجلات العامة .. والمجلات الإخبارية .. والمجلات المتخصصة .. والمجلات الملخصة أو المضمومة .. والمجلات ذات المستوى الرفيع ..

أولاً : المجلات العامة (General Magazine)

ويطلق على هذا النوع من المجلات كذلك : المجلات الجماهيرية (Mass Magazine) أو مجلات المستهلك (Consumer Magazine) أو مجلات المنوعات (Variety Magazine) أو المجلات متعددة الملايين (Multi million Magazine) .

وتتسم المجلات العامة بتنوع مضمونها ، حيث تتناول الموضوعات الشاملة لجوانب الحياة العامة ، وتتوجه إلى جماهير متنوعة ، وإن كانت تستهدف القارئ العام غير المتخصص ، وغالباً ما تتخذ الأسلوب السهل في التحرير ، والعرض المشوق للموضوعات ، وتحتل الصور المرتبة الأولى في الأهمية بينما تحتل المادة التحريرية المرتبة الثانية . ومن أمثلة المجلات العامة : مجلة (المصور) ومجلة (آخر ساعة) في مصر .. ومجلة (اقرأ) ومجلة (اليمامة) في السعودية .. ومن أشهر المجلات العالمية التي تنتمي إلى هذا النوع مجلة (باري ماتش Paris Match) الفرنسية . ومجلة (لوك

(١) عبد اللطيف حمزة / المدخل في فن التحرير الصحفي (دار الفكر العربي - القاهرة الطبعة الرابعة ١٩٦٨) ص ٣٦٠ وكذلك الصحافة (إجلال خليفة) مصدر سابق ص ٧٧ .

(٢) المصدر الثاني السابق ص ٧٧ و ٧٨ .

(٣) إعتدنا في هذه الجزئية على كتب : الصحافة (إجلال خليفة) مصدر سابق ص ٨٢ - ٨٧ وكذلك مدخل إلى علم الصحافة مصدر سابق ص ١٨٠ و ١٨١ وكذلك المجلة ... مصدر سابق ص ١٥ - ١٧ وكذلك (للمؤلف) قاموس المصطلحات الإعلامية - مصدر سابق صفحـات مختلفة .

Look) ومجلة (لايف Life) الأمريكيتين . وكانت هذه المجلة الأخيرة قد توقفت عن الصدور منذ سنوات ، ثم عادت للصدور شهرية بعد أن كانت أسبوعية .

كما يندرج تحت هذا النوع (المجلات الثقافية الشهرية العامة) التي تخاطب أنواعاً مختلفة من القراء مهما تعددت مستوياتهم الثقافية ، والعلمية ، والطبقية ، ولذلك فهي متنوعة الاهتمامات والمادة الصحفية ، ولكنها تتميز بالعمق الذي تكتب به موضوعاتها . ومن أمثلة هذا النوع مجلة (الهلل) المصرية ، ومجلة (العربي) الكويتية ، ومجلة (اللوحة) القطرية ، ومجلة (الفيصل) السعودية .

ثانياً : المجلات الإخبارية (News Magazine)

تتميز بتنوع مآبها الصحفية وتعدد إهتماماتها . وهي أقرب أنواع المجلات إلى الجرائد اليومية ، حيث تخاطب جميع القراء ، وتحاول أن تشبع رغباتهم المختلفة وإهتماماتهم المتعددة . وتتسم بمحافظتها على عنصر الحالية والجدة الزمنية ، عن طريق المتابعة المتعمقة للأخبار . كما تهتم بأهم أحداث الأسبوع الذي سبق صدورها . وتختلف عن غيرها من المجلات الأخرى من حيث عدد العاملين في هيئة التحرير ، التي تعتمد في أغلب مآبها التحريرية على ما يقدمه لها (المصاحفون Free Lancer) أي الكتاب الذين يمدون المجلة بإنتاجهم لئلا يكونوا أعضاء في هيئة تحريرها من الداخل . بينما هذه المجلات الإخبارية تعتمد على مندوبين لها في أماكن الأخبار في الداخل ، ومراسلين في الخارج . كما تتميز بانها (صحافة الجماعة Group Journalisme) حيث يعمل بها عشرات من الباحثين والكتاب والمحررين ، الذين يشتركون في تحديد أهم موضوعات العدد ، وخاصة موضوع الغلاف (Cover story) . كما تعتمد على محررين مراجعين لمراجعة المادة الصحفية ، ومتابعة آخر تطورات الأحداث .. وأهم ما يميز أسلوب تحرير المجلات الإخبارية هو : الإيجاز (Brevity) حيث تنشر أخبار الأسبوع مكثفة كلها في صفحات قليلة كلما أمكن ذلك .. والذاتية (Subjectivity) حيث يتم مزج الرأي بالحقائق وتلوين الخبر بأسلوب شديد الجاذبية . ومن أشهر المجلات الإخبارية في العالم وأقدمها وأوسعها انتشاراً وتوزيعاً هي مجلة (تايم Time) التي أنشئت عام ١٨٧٢ وتعد أكثر المجلات تأثيراً في الولايات المتحدة الأمريكية . تليها مجلة (ديرشبل Der Sprigel) الألمانية . ومجلة (نيوزويك News week) الأمريكية . وكذلك مجلة (أكتوبر) المصرية . ومجلة (الجيل الجديد) المصرية أيضاً والتي كانت قد صدرت عام ١٩٥١ وتوقفت عن الصدور عام ١٩٦٤ ومجلة (الأسبوع العربي) ومجلة (الحوادث) للبنانيتين .

ثالثاً : المجلات المتخصصة (Specialized Magazine)

يتعدد أنواع هذه المجلات بتعدد أنواع الجمهور الذي تخدمه ، والوظيفة التي تؤديها عن طريق المضمون المتخصص الذي تحمله . ولذلك فكل نوع منها يخاطب جمهوراً

محددًا ، وبالتالي يميل إلى الموضوعات المتخصصة التي تهتم هذا الجمهور المحدد ..
وهناك مجلات أسبوعية متخصصة ، ومجلات فصلية متخصصة على النحو التالي :-

(١) **المجلات الأسبوعية المتخصصة :** وضمن هذا النوع توجد مجلات للمرأة مثل مجلة (حواء) المصرية ومجلة (سيدتي) السعودية ومجلة (Woman) اللندنية . وهذه المجلات تركز على اهتمامات المرأة المنزلية مثل الطهي ، والأزياء ، والأثاث المنزلي ، ومشكلات الأطفال ، ومعاملة الأزواج ، وغير ذلك من الموضوعات التي تهتم المرأة بصفة عامة .. وكذلك مجلات للأطفال مثل مجلة (ميكى) المصرية وتقدم المعلومات والمعارف للأطفال مبسطة ومصورة بألوان زاهية ، وتعتبر عن مضمونها صور الحيوانات والطيور . ولا يوجد من الكلمات المصاحبة للرسم إلا القليل ، وتكتب بحروف كبيرة .. وكذلك مجلات للرياضة مثل : (الأهرام الرياضي) و (الأخبار الرياضية) .. ومجلات للإذاعة والتلفزيون في البلاد المختلفة ، ومجلة (الأهرام الاقتصادي) المصرية . والمجلات الفنية ، والمجلات الدينية ، والمجلات الأدبية ، ومجلات العلوم ، ومجلات الهوايات ، ومجلات المدارس ، والمجلات المهنية ، والمجلات الزراعية إلخ .

(٢) **المجلات الشهرية المتخصصة :** وهذا النوع من المجلات يوجه أساساً إلى المتخصصين في مجالات معينة كالسياسة ، والاقتصاد ، والاجتماع ، والثقافة ، والفن ، والمسرح ، والسينما ، والأدب ، والمرأة ، وغير ذلك من التخصصات .

وتتميز مادة هذه المجلات بالتعمق ، والتخصص . ونابراً ما تهتم بقضايا أو موضوعات خارج دائرة تخصصها مثل : مجلة (الكاتب) ومجلة (الثقافة) ومجلة (السينما والمسرح) في مصر . ومجلة (الشرقية) التي تصدر في بيروت لمتابعة قضايا المرأة .

(٣) **المجلات الفصلية المتخصصة :** ويتميز هذا النوع من المجلات بالمقالات والدراسات المتخصصة ، التي يكتبها متخصصون لكي يقرأها المتخصصون . وغالباً ما يكون توزيع هذا النوع من المجلات وفقاً على الاشتراك الذي يدفعه العضو المشترك أو المتخصص ، وليس على البيع في الأكشاك بالطريق العام . ومن أمثلة هذا النوع مجلة (السياسة الدولية) التي تصدرها مؤسسة الأهرام في مصر وغيرها من المجلات العلمية المتخصصة التي تصدرها الجامعات على سبيل المثال .

رابعاً : المجلات الملخصة أو المهضومة (Digest Magazine) ترجع أهمية هذه المجلات إلى أنها تتيح الفرصة للقراء لتوسيع معارفهم ، ومعلوماتهم ، ونظرتهم العامة ، والاطلاع على موضوعات هامة كان من الصعب عليهم قراءتها في مصادرها . وذلك لأن هذا النوع من المجلات ينشر في تركيز أهم وأبرز المقالات ، والتعليقات ، والموضوعات الجادة والخفيفة والمسلية ، المنشورة في المجلات الأخرى العامة والمتخصصة ، وذلك بعد قراءتها ومضمها .

وأول مجلة من هذا النوع أنشئت في لندن عام ١٨٦٠ وهي مجلة (ليتراري دايجست (Literary Digest) لفراند وجنتالر . وفي عام ١٩٢٢ أنشأ دي ويت والاس في مدينة نيويورك مجلة (ريدرز دايجست Reader's Digest - المختار) الشهرية، ولم تمض علي إنشائها سبع سنوات إلا وأصبحت من أوسع المجلات انتشاراً . وظهرت أول طبعة أجنبية منها بالأسبانية عام ١٩٤٠ ثم بالفرنسية عام ١٩٤٧ ثم توالي طبعها بنحو ١٧ لغة أخرى وتوزع في نحو ١٨٠ دولة .

خامساً : المجلات ذات المستوى الرفيع (Quality Magazine) ليس كل موضوع من موضوعات الحياة ، يصلح لأن يكون مادة تحريرية في هذا النوع من المجلات . كذلك ليس كل رأي يمكن أنه ينشر فيها ، إذ لابد أن تكون الموضوعات والآراء جادة ، وعلي مستوي عال من النضج الفكري ، مع العناية الخاصة بمعالجة القضايا الأدبية ، والسياسية ، والاجتماعية ، والثقافية ، بأسلوب عميق ، يقترب كثيراً من أسلوب البحث العلمي الدقيق . وتوزيع هذه المجلات يقل كثيراً عن توزيع أنواع المجلات السابق ذكرها . ومن أمثلتها مجلة (نيو يوركر New Yorker) والتي يبلغ توزيعها حوالي ٤٦٥ ألف نسخة فقط ، بينما يصل توزيع مجلة (تايم) الأمريكية مثلاً أكثر من ثلاثة ملايين نسخة وهي مجلة إخبارية .

سادساً : أنواع أخرى : وبالإضافة إلي تلك الأنواع الخمسة السابق عرضها ، توجد أنواع أخرى عديدة مثل : المجلات الساخرة التي تعتمد علي الكاريكاتور ، والرسوم ، والمقالات الساخرة لتقد المظاهر السلبية في المجتمع مثل مجلة (روز اليوسف) ومجلة (صباح الخير) المصريتين . وكذلك مجلات التسلية ، ومجلات الاعلان . ومجلات السياحة . والمجلات التي تصدرها النقابات المهنية والهيئات العامة وغير ذلك من المجلات المختلفة .

* * *

كان ذلك من مفهوم الصحافة بمعنى الشكل بنوعها الرئيسيين وهما : الجرائد ، والمجلات .. فماذا عن الصحافة (بكسر الصاد) بمعنى الحرفة والمهنة ، أي ما يتصل بالصناعة والتجارة ، وبالأشخاص الذين إختاروا مهنة الصحافة في تلك الجرائد والمجلات ؟ هذا هو موضوع الفصل التالي ..

* * *

* *

الفصل الثالث

الحرفة والمهنة فى الصحافة

لقد جرت العادة على تقسيم الصحيفة إلى قطاعين كبيرين : أحدهما يختص بالنواحي الإدارية ، والآخر يختص بالنواحي التحريرية الصحفية ...

ويتناول هذا الفصل - فى مبحثين - الحديث عن الصحافة (بكسر الصاد) بمعنى الحرفة والمهنة : ويتعرض المبحث الأول ، لجانب الحرفة من هذا المعنى ، أى ما يتصل بالصناعة والتجارة ويختص بذلك القطاع الإدارى . أما المبحث الثانى فيتعرض لجانب المهنة من هذا المعنى ، أى ما يتصل بالأشخاص الذين اختاروا مهنة الصحافة للقيام بكافة الفنون الصحفية ، ويختص بذلك القطاع التحريرى الصحفى .

المبحث الأول

الحرفة فى الصحافة

يتعرض هذا المبحث - فى ثلاثة مطالب - إلى الحديث عن جانب الحرفة فى معنى الصحافة (بكسر الصاد) أى ما يتصل بالصناعة والتجارة فى الصحافة. ويتم فى المطلب الأول الحديث عن ملكية الصحف وإصدارها وتنظيمها. ويتناول المطلب الثانى الحديث عن الصناعة فى الصحافة. ويختص المطلب الثالث بالحديث عن التجارة فى الصحافة.

* * *

فالصحافة المطبوعة - بصفة عامة - أصبحت صناعة بمعنى الكلمة ، ويتجلى ذلك بوضوح فى الصحف الكبرى ، التى تبدو وكأنها مصانع ضخمة حديثة ، وذلك لاعتمادها فى الإنتاج على آلات ومعدات طباعية ، ووحدات تيبوغرافية صامتة ، وورق وأحبار ، وآلات فوتوغرافية .. إلخ . وهى تجارة لأنها تسعى لزيادة دخل المؤسسة الصحفية ، عن طريق تأجير أو بيع مساحات منها للمعلنين مقابل أجر معين . ولأنها أيضا تقوم بأعداد المواد الصحفية المختلفة لتبيعها إلى القراء الذين يدفعون الثمن مقابل الجديد فى تلك المواد الصحفية . إلى جانب القيام بالعمليات الطباعية التجارية المختلفة ، ونشر الكتب ، والتوزيع ، وتحصيل الاشتراكات وغير ذلك من العمليات التى تزيد من دخل المؤسسة الصحفية لموازنة الدخل مع المنصرف ، وتحقيق أرباح فى النهاية .

إن صناعة الصحافة بإعتبارها تكون الجزء الأكبر من صناعة الكلمة المطبوعة ، لها أقتصادياتها التى لا تقل أهمية عن أقتصاديات صناعات أخرى لها مكانتها مثل صناعة النقل والبتروى وغيرها . وقضلا عن ذلك فقد ثبت بما لا يدع مجالا للشك أثر الصحافة فى ميدان التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية فى كافة نواحيها . ولا يقلل من ذلك حجم هذه الصناعة مقارنة بالمعيار المالى بالنسبة لصناعات كثيرة ، فإن الصحافة كما يقول البعض ، تشبه المحول الكهربائى صغير الحجم الذى يحمل الطاقة الكهربائىة إلى مناطق بعيدة ، ويحرك آلات أكثر منه ضخامة ^(١) .

(١) صليب بطرس / إدارة الصحف (القاهرة - الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٧٤) ص ٩٦ .

وهذه الحرفة فى الصحافة بشقيها الصناعى والتجارى ، ينطبق عليها ما ينطبق على غيرها من المشروعات الصناعية والتجارية المختلفة ، من حيث وجود مالك لها أياً كان نوعه ، ولابد من وضع هيكل تنظيمى لتسيير العمل وتحقيق المنتج ، الذى يتم تسويقه وفق القواعد الإدارية والتجارية المعروفة ، وموازنة الدخل والمنصرف لتحقيق الأرباح فى نهاية الأمر وهذا ما يتم توضيحه فى المطالب الثلاثة التالية .

* * *

المطلب الأول

ملكية الصحف وإصدارها وتنظيمها

يتناول هذا المطلب الحديث عن صناعة الصحافة في الماضي والحاضر ، مع التركيز على أنواع ملكية الصحف وإصدارها ، وتنظيمها بصفة عامة ، وفي مصر بصفة خاصة .

* * *

إن الصحف بصورتها الحالية التي نراها الآن ، هي التطور الطبيعي لتلك الصحف المتواضعة في بداية نشأتها .. ففي الماضي البعيد ، كان الفرد الواحد يمكنه من الناحية المالية إصدار صحيفة ، فيكفي أى شخص أن يفكر في إصدار صحيفة جديدة ثم يضع تفكيره موضع التنفيذ فوراً . لم يكن في حاجة إلى أن يفكر في تدبير المال اللازم لتنفيذ المشروع ، أو إجهاد نفسه في اختيار الذين يقومون بجمع الأخبار ، وكتابة المقالات ، وتنسيق الصفحات ، أو شراء المطابع اللازمة لطباعة هذه الصحيفة الجديدة .. فلم تكن العملية في حاجة إلى هذا الجهد الكبير الذي يبذل اليوم . فقد كان يكفي أن يكون القائم على تحرير مقالاتها السياسية شخصية معروفة ، لها أفكارها ، وتوجهاتها في محيط السياسة كي يقرأ الناس هذه الصحيفة ، حتى إذا ما زالت هذه الشخصية ، أو توقفت عن العمل بسبب أو آخر ، أنتهت الصحيفة بهذه النهاية .

وقد فعل ذلك صحفيون ومطابعون كثيرون في مختلف أنحاء العالم من أمثال : أديب أسحق ، ويعقوب صنوع ، وعبد الله النديم ، وروز اليوسف وغيرهم في مصر .. وعثمان حافظ ، وعلى حافظ وغيرهما في السعودية . ونيكولاس بورن ، وتوماس آرثر ، ونيد هام ، وديفو ، وأديسون وغيرهم في بريطانيا . وينجامين هاريس ، وجون كامبل ، وينجامين فرانكلين وغيرهم في أمريكا . بل إن كثيراً من الصحف المصرية المعروفة الآن والتي بدأ ظهورها منذ فترة طويلة ، كانت البداية لها متواضعة جداً ، وإنما أتاح لها فرصة الاستمرار والنجاح ، مساهمتها للتطور الحديث ، حتى تحولت إلى دور صحفية يعمل بها جيوش من المحررين والمراسلين والمندوبين ، وتمتد أفرعها إلى كافة بقاع العالم ، وتوفرت لها آلات ومطابع ضخمة ، ساعدتها على طبع الملايين من النسخ كل صباح ومساء على مدار السنة (١) .

(١) جلال الدين الحماصي/ من الخبر إلى الموضوع الصحفى (القاهرة - دار المعارف ١٩٦٥) ص

ولقد كان بعض أصحاب صحافة أمس ، يقتطعون من أرباحهم لصرفها فى غير مجال عملهم . أما مؤسسات صحافة اليوم ، فإن بعض أرباحها توجه إلى المزيد من التحسين والمشروعات التى تنهض بصحفها . ومن هنا نرى أن صحافتنا الحالية تتطور بسرعة ، وأصبح محرروها يعدون بالملئات ، ويعيشون فى حركة دائمة ، ورحلات مستمرة فى كل بقاع العالم ، لجمع الأخبار والمعلومات وعمل التحقيقات والأحاديث الصحفية التى تغطي كافة أركان الأرض . بل تطورت دور الصحف نفسها . فبعد أن كانت الصحيفة فى الماضى تحتل غرفة واحدة ، أو شقة متواضعة فى أحسن الأحوال ، أصبح الآن لكل دار صحفية مبان كبيرة من طوابق عدة ، ولها شركات للتوزيع والطباعة ، والاعلان ، وإدارات تضم عشرات الموظفين يشرفون على توجيه هذا الجهاز الضخم ، الذى لا يتوقف عن العمل ليلاً ونهاراً . ومن أمثلة ذلك تربيون التى تصدر فى شيكاغو الأمريكية ، فهى تحتل ناطحة سحاب يطلق عليها إسم (قلعة تربيون) . وتضم هذه القلعة أكثر من ٤٣ طابقاً ، وإلى جانبها أبنية أخرى للطباعة الملونة ، وصناعة الأخبار ، ومخازن للورق ، بالإضافة إلى دار للإذاعة ، تتبع الجريدة وغابات واسعة للأشجار يصنع منها الورق ، وعدة بواخر لنقل الأخشاب الى مصانع الورق الكائنة بالقرب من المدينة .

وفى مصر يعتبر الأهرام أقدم الصحف المصرية المعاصرة ، حيث أسسه سليم وبشارة تقلا فى ٢٧ ديسمبر ١٨٧٥ وبدأ الأهرام يصدر من غرفة متواضعة بميدان المنشية فى الأسكندرية ، كجريدة أسبوعية يوم السبت ٥ أغسطس ١٨٧٦ وفى بداية يناير ١٨٨١ أصبح الأهرام جريدة يومية سياسية تجارية أدبية ، تصدر فى أربع صفحات . ثم انتقل الى مبناه القديم فى شارع مظلوم بالقاهرة عام ١٩٠٠ وظل يصدر من ذلك المبنى لمدة ٦٨ عاماً .

وترجع مؤسسة الأهرام المعاصرة إلى عام ١٩٥٧ عندما تولى الأستاذ محمد حسنين هيكل رئاسة التحرير ، ثم قفز به قفزات متلاحقة ، جعلته جريدة قوية ، وداره مؤسسة صحفية أقوى . وانتقل الأهرام الى مقره الجديد فى شارع الجلاء بالقاهرة فى أول نوفمبر ١٩٦٨ ويتكون مقر المؤسسة حالياً [١٩٩٣] من برجين :

البرج الأول بلغت تكاليفه أربعة ملايين جنيه بأسعار عام ١٩٦٨ ويعتبر من أحدث الدور الصحفية ، ومجهز بأحدث الأجهزة والآلات والمعدات والمطابع . وقد أقيم الدور الأرضى إلى الدور الرابع على مساحة أربعة آلاف متر مربع . أما الدور الخامس إلى الثانى عشر فاقسم على مساحة ١٨٠٠ متر مربع . وفى الطابق الأخير (بانوراما) تطل على القاهرة كلها ، وبها صالة كبرى لاستقبال الزوار ، وتحتها مطعم كبير لموظفى الدار وضيوئهم . ويشتمل المبنى على طابقين للإدارة والحسابات والعقل الالكترونى ، وطابقين للإعلانات ، وطابق للتوزيع ، وثلاثة طوابق للتحرير ، وطابق للأرشيف

الصحفى والميكروفيلم . وبالمبنى طابق كامل مساحته أربعة آلاف متر مربع ، يضم قاعة التوضيب ، ويستطيع إخراج جريدتين يوميتين ، وعدة مجلات فى وقت واحد . وقسم ماكينات الجمع الإلكتروني ، وقسم الحفر الإلكتروني ، والحفر الكيماوى والتصوير ، ومطاعم العمال . كما يضم المبنى قسماً للهندسة ، وورشاً ضخمة تستطيع أن تصنع قطع الغيار فى داخل المبنى .

أما البرج الثانى الجديد من مقر الأهرام فقد أقيم بجوار البرج الأول ، وتم افتتاحه يوم الإثنين ٨ فبراير ١٩٩٣ ويضم ١٢ طابقاً ، بخلاف الطابق الأرضى . وبلغت تكاليفه ٢٥ مليون جنيه ، ويستوعب البرج تسعة إصدارات هى : مجلة الأهرام الاقتصادية التى بدأ إصدارها عام ١٩٥٠ كمجلة شهرية ، ثم تحولت الى نصف شهرية عام ١٩٥٩ ثم إلى أسبوعية من يونيه ١٩٨٠ ومجلة الشباب التى تصدر أول كل شهر منذ أغسطس ١٩٧٧ ومجلة السياسة الدولية وهى مجلة علمية متخصصة فى شئون السياسة والمشكلات الدولية ، وتصدر كل ثلاثة شهور منذ أول يوليو ١٩٦٥ ومجلة الدفاع التى تصدر بالتعاون مع وزارة الدفاع المصرية ، وهى مجلة شهرية . وكذلك الأهرام ويكى باللغة الإنجليزية ، وصدر العدد الأول منه فى ٢٨ فبراير ١٩٩١ ، والأهرام الرياضى وهى مجلة أسبوعية صدر العدد الأول فى ٣ يناير ١٩٩٠ ، ومجلة نصف الدنيا وهى مجلة نسائية صدر العدد الأول منها فى ١٨ فبراير ١٩٩٠ ، وجريدة الأهرام المسائى وصدر العدد الأول فى ١٧ يناير ١٩٩١ ومجلة علاء الدين للولاد والبنات من سن ٦ سنوات إلى ١٦ سنة ، وصدر العدد الأول منها فى ١٥ يوليو ١٩٩٣ كما يضم المبنى مركز الدراسات الاستراتيجية ، ومركز الأهرام للترجمة والنشر ، ومكتبة الأهرام للبحث العلمى (١) .

وفى مصر أيضاً توجد مؤسسة دار الهلال ، وترجع تسميتها إلى مجلة الهلال ، لصاحبها جورجى زيدان التى أصدرها فى عام ١٨٩٢ وتوالى الورثة على المجلة وأضافوا اليها عدداً من المجلات المتخصصة والعامه جعلت منها مؤسسة صحفية كبرى ، وقد ظلت ملكاً للورثة الى عام ١٩٦١ حيث أنطبق عليها قانون تنظيم الصحافة فى مصر . وتضم المؤسسة الآن مجلة الهلال الشهرية ومجلة المصور الأسبوعية ، ومجلة حواء الأسبوعية ومجلة ميكى للأطفال الأسبوعية ، ومجلة الكواكب الأسبوعية ، وكتاب الهلال الشهرى ، وطبيبك الخاص الشهرية ، إلى جانب نشر بعض الكتب بين الحين والآخر (٢) .

(١) راجع جريدة الأهرام العدد (٢٨٧٨١) بتاريخ ٩ فبراير ١٩٩٣ صفحات مختلفة . وكذلك جريدة الأهرام العدد (٢٨٩٣٦) بتاريخ ١٤ يولية ١٩٩٣ الصفحة الأولى تحت عنوان (علاء الدين آخر العنقود) .

(٢) محمد سيد محمد/ اقتصاديات الاعلام (الكتاب الأول) المؤسسة الصحفية (القاهرة - دار الثقافة العربية ١٩٨٩) ص ١٧٥ .

ملكية الصحف

وتوجد ثلاث صيغ لأنواع الملكية التي تناسب المؤسسة الصحفية وهي : المنشأة الفردية ، وشركات الأشخاص ، وشركات الأموال ^(١) .

والواقع أن شركات الأموال (Stock Company) وبخاصة الشركات المساهمة (Joint Stock Company) والشركات ذات المسؤولية المحدودة (Limited Liability Company) وما يقابلها من تسميات في البلاد الأخرى ، هي أنسب الصيغ القانونية للملكية ، التي تتلاءم مع طبيعة صناعة الصحافة . والشركات ذات المسؤولية المحدودة هي أفضل من الشركات المساهمة في هذا المجال ^(٢) .

فالمنشأة الفردية لم يعد لها مجال بين هذه الصيغ من ملكية الصحف ، وذلك في ضوء تطور صناعة الصحافة الحديثة ، التي أصبح رأس المال الذي تحتاجه المؤسسة الصحفية من الضخامة ، بحيث لم يعد شخص واحد قادراً على توفيره ، بالإضافة إلى اعتبارات أخرى ، منها أن مال المنشأة يتوقف إلى حد كبير على قدرات المالك ومركزه الائتماني ، حيث تأخذ البنوك وغيرها من الهيئات المقرضة في الاعتبار ، أن حياة المنشأة الفردية مرهونة بحياة صاحبها ، وأنه في حالة الوفاة تعتبر المنشأة الصحفية من الناحية الضريبية عنصراً من عناصر التركة ، مما يؤدي إلى أن يتولى أمر المنشأة شخص آخر ، قد لا تتوفر لديه نفس المميزات التي يتمتع بها المالك في ميدان شركات الصحافة .

(١) راجع في ذلك إدارة الصحف / مصدر سابق ص ٤١ وما بعدها وكذلك نبيه غطاس (المحامى) معجم مصطلحات الإقتصاد والمال وإدارة الأعمال (بيروت الطبعة الثالثة ١٩٨٢) صفحات مختلفة .

(*) شركات الأموال : هي مؤسسة يهون رأسمالها مقسماً إلى أسهم ، أو حصص يملكها طلسماهمون . فرأسمال الشركة الذي غالباً مايكو كبيراً ويصعب أن يقدمه شخص بمفرده ، أو عدد قليل من الأشخاص ، يقسم إلى أسهم تطرح للإكتناو فيها ، وكل من يشتري سهماً يصبح مساهماً - وتشتمل شركات الأموال على ثلاثة أنواع وهي : الشركات المساهمة ، وشركات التوصية بالأسهم ، والشركات ذات المسؤولية المحدودة - ومسئوليتهم محدودة بقيمة مايكتتب فيه من الأسهم ، وموت أو إفلاسه لايؤثر في كيان المؤسسة ، وله أن يتنازل عما يملكه من الأسهم للغير ، أو يهبه ، أو يبيعه دون موافقة باقي المساهمين . وإدارتها تكون في يد مديرين ينتخبهم المساهمون الأعضاء . والشركات ذات المسؤولية المحدودة تختلف عن الشركات المساهمة في نواح طقيقة أهمها : أن عدد الشركاء فيها لا يجوز أن يزيد على خمسين شريكاً ، ولا تكون إلا بين أشخاص طبيعيين . فلا يجوز أن يكون الأشخاص الإعتباريون شركاء فيها . والشخص الطبيعي Natural Person هو فرد إنسان يفى بشروط محددة ، ولديه مؤهلات معينة ، بالغاً متمتعاً بالأهلية التامة ، والشخص الإعتباري (المعنوي) Artificial Person عبارة عن مجموعة من الأفراد أعطاها القانون حقوق الشخص الطبيعي ، وفرض عليها الالتزامات التي تُفرض عليه . ويشمل الشركات المساهمة ، وشركات التضامن ، ومجالس الإدارة وماشابه ذلك .

وشركات الأشخاص (*) (Partnership) لا تخلو من العيوب نفسها ، شأنها في ذلك شأن المنشأة الفردية ، حيث يكون كل شريك فيها مسئولاً عن ديون الشركة بأكملها ، وتكون الشركة مسئولة عن كافة تصرفات أى شريك فيها . وتكون الصحف عرضة للتوقف في حالة وفاة أحد الشركاء ، أو انسحابه ، أو بيع حصته .

أما الشركات المساهمة ، فإن تقسيم رأس المال إلى أسهم صغيرة القيمة ، مع إنعدام مسئولية المساهم إلا بقدر ما ساهم به - كلها عوامل من خارج نطاق صناعة الصحافة - تغري الجمهور ، وتشجعه على استثمار مديراته وإستغلالها في إقتناء أسهم الشركات ، ويعنى هذا إمكانية تجميع رؤوس الأموال اللازمة للقيام بالمشروعات الاقتصادية الكبرى والتوسع فيها . ولكن في إطار صناعة الصحافة لا يقبل الجمهور كثيراً على الإكتتاب في الأسهم بنفس الدرجة ، نظراً لأن المشروعات الصحفية لا تجذب المستثمر العادى إليها ، لأرتفاع درجة المخاطرة في المشروع الصحفى . ومن أجل ذلك فإن الشركات ذات المسئولية المحدودة تفضل الشركات المساهمة في هذا الصدد ، لقلة عدد أصحاب الحصص ، ومعرفتهم لبعضهم البعض ، والوقوف على تفاصيل المشروع ومخاطره .

وفي مصر كانت أخبار اليوم هي الدار الصحفية السباقه ، التي تركت المنشأة الفردية إلى الشركات ذات المسئولية المحدودة . إذ أنشأت في سنتي ١٩٥٤ - ١٩٥٥ ثلاث شركات كل منها ذات مسئولية محدودة : شركة إعلانات الأخبار .. وشركة

(*) شركات الأشخاص يكون الاعتبار الأول فيها لشخصية الشركاء ، والثقة المتبادلة بينهم . وحصه كل شريك لا يجوز التنازل عنها للغير بالبيع إلا إذا قبل ذلك جميع الشركاء الآخرين ، مادامت الشركة قائمة ، لأن ذلك يترتب عليه إخال شركاء أجانب ، وهو ما لا يجوز نظراً للثقة الشخصية القائمة بين الشركاء . ولهذا النظام من الشركات نوعان : الأول شركات التضامن (General Partnership) ويكون فيه الشركاء مسئولين بالتضامن ، حتى في أموالهم الخاصة عن جميع ديون الشركة ، ولوزادت على صافى رأس مالها . ومعنى هذا أن مسئولية كل شريك ليست مقصورة على حصته في رأس المال ، بل تتعداها إلى ماله الخاص ، بالتضامن مع باقى الشركاء في باقى الديون التي لا يكفي صافى رأس مال الشركة للوفاء بها .. والنوع الثانى شركات التوصية (Limited Partnership) وهي شركة تضم شركاء عامين (متضامنين) وخاصين . فالشركاء العامون فيها يديرون أعمال الشركة فعلاً ، ويتحملون كامل المسئولية فيها ، حيث يوزعون العمل فيما بينهم حسب القدرات الفنية والمالية لكل شريك . وبذلك تتوزع الأعباء والمسئوليات بين عدد من الشركاء ، حتى لا يثقل بها عاتق فرد واحد كما هو الحال في المنشأة الفردية . بينما لا يشترك الشركاء الخاصون في إدارتها ، ولكنهم يوظفون أموالاً فيها ، وتكون مسئوليتهم عنها محدودة بحدود مبالغ المال التي وظيفوها في الشركة ، وهم على هذا الأساس لا يتكبدون من الخسائر إلا بقدر ما تقدموه من حصص في رأس المال ، ولا يدفعون شيئاً للدائنين إذا زادت الديون على صافى موجودات الشركة .

مطابع الاخبار .. وشركة توزيع الاخبار . وكانت كل من دار الهلال ، وجريدة الاهرام ، شركة مساهمة ، ولكن عدد المساهمين في كل منهما كان محدوداً . لا يخرج عن نطاق أفراد العائلة التي كانت تمتلك المنشأة الفردية ، إلا يشمل بعض كبار العاملين فيهما الذين تربطهم بباقي المساهمين صلة قوية . بينما كانت روزاليوسف منشأة فردية . ففي أوائل الأربعينات كانت صناعة الصحافة في مصر في أيدي منشآت عائلية ، حيث يوجد آل زيدان يمتلكون دار الهلال . وآل أمين يمتلكون أخبار اليوم . وعائلة تكلأ تمتلك الاهرام ، وآل أبو الفتوح يمتلكون المصري . وآل دياب يمتلكون الجهاد . وعائلة حمزة تمتلك البلاغ . وعائلة روز اليوسف تمتلك الصحف المسماة بإسمها (*) . وظلت كل هذه المنشآت تزاول نشاطها على هذا الوضع ، إلى أن صدر قانون تنظيم الصحافة في ٢٣ مايو ١٩٦٠ وانتقلت بموجب ملكية هذه الدور الصحفية إلى الاتحاد الاشتراكي العربي .

وهناك أنواع أخرى من الملكية طبيعتها أيضاً ضخامة رأس المال . وهي في الواقع ليست مستقلة بذاتها ، ولكنها خليط من الشركات السابقة ، ومنها : السلاسل (Chains) التي لا تنفرد بها الصحافة ، ولكنها تشترك في ذلك مع باقي الصناعات الأخرى . وتعني الكلمة مجموعة من الصحف ، أو محطات الإذاعة أو التلفزيون ، أو المجلات ، أو غيرها ، تشترك معاً في العمل تحت إدارة واحدة ، وتتبع سياسة واحدة .

وتأخذ السلاسل أشكالاً مختلفة ، ففي بعض الحالات تكون هناك شركة قابضة (**). (Holding Company) تمتلك ٥١٪ على الأقل من أسهم كل صحيفة . وليس من الضروري أن تشرف الشركة القابضة على السياسات التحريرية للصحف ، بل تسمح لكل منها بأن تعد سياستها الخاصة بها ، في نطاق الإطار العام الذي يوضع لها . ولكن جرت العادة على أن يتم شراء المواد الأولية الأساسية ، مثل الورق ، والآلات ، والمعدات الأخرى بطريقة مركزية . وتقوم كل صحيفة بإعداد تقارير يومية ، وأسبوعية ، وشهرية ، عن الحالة المالية ، وسير العمل فيها ، وتقدمها إلى الشركة القابضة . وتقوم بعض الشركات القابضة بالاختصار على اختيار رؤساء التحرير والمديرين لكل صحيفة ، وتترك لهم سلطات واسعة في وضع السياسة الخاصة بكل

(*) لم تكن هذه الظاهرة قاصرة على مصر ، بل كانت موجودة في الولايات المتحدة الأمريكية . وعلى سبيل المثال نجد الأخوين جيمس وبنجامين فرانكلين (James and Benjamin Franklin) وكذلك

إدوارد ويليس سكريبس (E. W. Scripps) وأخيه جيمس James .

(**) تدل العبارة بمعناها الحرفي على الشركة التي تؤسس بهدف استثمار المال في أسهم شركات أخرى ، أو للسيطرة على تلك الشركات عن طريق إمتلاك معظم أسهمها ، وبمفهومها العام تعني العبارة أية شركة لها حصة غالبية أو مسيطرة في شركة أخرى ((معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال - مصدر سابق ص ٢٦٨)) .

صحيفة . وفي بعض الحالات تعمل الشركة القابضة على تشجيع العاملين في كل صحيفة على اقتناء جزء من أسهمها . ولا تكون الملكية الجماعية بالضرورة في هيئة شركة قابضة ، بل يمكن أن تتم الهيمنة عن طريق مجموعة منتخبة من المديرين تكون مجلساً إسمه مجلس المديرين . وتستمر كل صحيفة في صياغة سياستها طبقاً للخطوط العريضة التي يضعها هذا المجلس .

وتتيح بعض المنشآت الصحفية في الولايات المتحدة الأمريكية ، الفرصة للعاملين فيها ، اقتناء بعض أسهم هذه الشركات . وتنشأ هذه الصيغة عادة عندما يعهد الناشر بأمر الشركة بعد تقاعده ، أو بعد وفاته إلي العاملين معه باعتبار أنهم أعرف من غيرهم بسياستها التي سارت عليها ، وأدت إلى نجاحها . وقد يمنح الناشر جزءاً من أسهم الشركة للعاملين فيها ، مقابل ما بذلوه من مجهودات وخدمات (*) ، وهذه الصورة من الملكية شبيهة بما رسمه قانون تنظيم الصحافة في مصر ، حيث أعطي العاملين في المؤسسات الصحفية ، الحق في الحصول علي نصف الأرباح نقداً .

ويوجد أيضاً التكامل الرأسي (**) (عمودي) (Vertical integration) ويعتبر نوعاً من الملكية ، لأنه صورة من صور الإدارة يتكامل فيه النشاط الصحفي مع الأنشطة الأخرى ، التي تتصل إتصلاً مباشراً بصناعة الصحافة . فيمكن علي سبيل المثال أن تشترك المنشأة الصحفية في ملكية مصنع الورق ، ووكالة للأبناء ، ووكالة للإعلان ، ومنشأة للمواصلات ، ومحطة للإذاعة والتلفزيون ، وغيرها .

ملكية الصحف في مصر

والنظام الصحفي الحالي في مصر يأخذ بمبدأ الملكية المختلطة للصحف . أي أنه يسمح بالملكية الخاصة للصحف ، سواء اتخذت هذه الملكية شكل ملكية الأفراد ، أو الشركات ، أو المؤسسات الخاصة ، إلي جانب السماح بالملكية العامة ، سواء إتخذت هذه الملكية شكل الملكية المباشرة للحكومة من خلال المؤسسات والهيئات العامة ، أو إتخذت شكل ملكية الأحزاب . وإن كان يلاحظ أنه يسمح بالملكية الخاصة للصحف ،

(*) إن الأداة القانونية في هذا المجال هي الوصية (Trust Agreement) وتعطي الوصية للعاملين الذين تتوافر فيهم شروط معينة الحق في الحصول على جزء من الأرباح والحق في التصويت ، ولكنها لا تتيح لهم التصرف في الحصة على أية صورة من الصور ، إلا التنازل عنها كلياً أو جزئياً بعرض أو بغير عرض إلى أحد العاملين الآخرين أو بإعادتها إلى منفذ الوصية .

(**) كلمة تكامل في أعمال الشركات يعنى جمع أو ضم عدة عمليات منفصلة في عملية أو مجموعة واحدة . والهدف هو الإستفادة من تنسيق الأعمال أو تحقيق مراقبة أدق وأكثر إحكاماً على السوق التي تباع فيها المنتجات والمصادر التي تستورد منها المواد . (معجم مصطلحات الإقتصاد والمال وإدارة الأعمال - مصدر سابق ص ٢٩٤) .

ولكنه يمنع الأفراد من تملك الصحف ، حيث ينص القانون رقم (١٤٨) لسنة ١٩٨٠ بشأن سلطة الصحافة في مادته التاسعة عشرة علي أن « ملكية الأحزاب السياسية والأشخاص الاعتبارية العامة والخاصة للصحف مكفولة طبقاً للقانون ، ويشترط في الصحف التي تصدرها الأشخاص الاعتبارية الخاصة فيما عدا الأحزاب السياسية والنقابات والاتحادات ، أن تتخذ شكل تعاونيات أو شركات مساهمة ، علي أن تكون الأسهم جميعاً في الحالتين إسمية ، ومملوكة للمصريين وحدهم ، وألا يقل رأسمال الشركة المدفوع عن مائتين وخمسين ألف جنيه إذا كانت يومية ، ومائة ألف جنيه إذا كانت أسبوعية ، يودع بالكامل قبل إصدار الصحيفة في أحد البنوك المصرية . ويجوز للمجلس الأعلى للصحافة أن يستثني من كل أو بعض الشروط سائفة البيان . ولا يجوز أن تزيد ملكية الشخص وأفراد أسرته في رأسمال الشركة عن مبلغ خمسمائة جنيه . ويقصد بالأسرة الزوج وأفراد أسرته والأولاد القصر » إلا أن هذا القانون استبعد من ممارسة هذا الحق مجموعة من الفئات حددتها مادته الثامنة عشرة ، التي تنص علي أنه « يحظر إصدار الصحف أو الاشتراك في إصدارها أو ملكيتها بأي صورة من الصور للفئات التالية .

(١) المنوعين من مزاولة الحقوق السياسية .

(٢) المنوعين من تشكيل الأحزاب السياسية أو الاشتراك فيها .

(٣) الذين ينادون بمبادئ تنطوي علي إنكار للشرائع السماوية .

(٤) المحكوم عليهم من محكمة القيم . »

طرق إصدار الصحف :

وتوجد ثلاث طرق لإصدار الصحف : الطريقة الأولى وتقوم علي إطلاق حرية إصدار الصحف دون أية شروط مسبقة .. وتقوم الطريقة الثانية علي ضرورة الحصول علي ترخيص حكومي مسبق بالموافقة علي إصدار الصحيفة .. أما الطريقة الثالثة فتقوم علي الإخطار المسبق أي ضرورة إخطار السلطات الحكومية المختصة بالرغبة في إصدار الصحيفة مع ربط الإخطار بضرورة موافقة السلطة علي الإصدار . وينص المرسوم بقانون رقم ٢٠ لسنة ١٩٣٦ بشأن المطبوعات (*) في مصر في مادته الثالثة عشرة علي أنه « يجب علي كل من أراد أن يصدر جريدة أن يقدم إخطاراً كتابياً بذلك إلي المحافظة أو المديرية التي يتبعها محل الإصدار » . وتأخذ هذه الموافقة شكلين : الأول : إشتراط عدم الإصدار إلا بعد موافقة السلطة علي هذا الإخطار . وهذا الشكل

(*) صدر هذا القانون في ٢٧ فبراير ١٩٣٦ ونشر بالوقائع المصرية في العدد (٣٣) في ٢ مارس ١٩٣٦ .

لا يختلف كثيراً عن طريقة الترخيص . أما الشكل الثاني فيحدد مهلة زمنية للإخطار يحق للسلطة خلالها الاعتراض علي إصدار الصحيفة . أما اذا انقضت المهلة دون اعتراض السلطة ، أصبح من حق الصحيفة الصدور دون انتظار الموافقة ، بإعتبار أن عدم الاعتراض يعتبر في حد ذاته موافقة علي الإصدار .

ويتبع النظام الصحفي المصري مبدأ (الإخطار) مع حفظ حق الحكومة في الاعتراض خلال فترة زمنية يحددها القانون بأربعين يوماً . ويعتبر عدم الرد علي الإخطار بمثابة عدم اعتراض من الحكومة علي الإصدار . إذ تنص المادة الرابعة عشرة من القانون رقم (١٤٨) لسنة ١٩٨٠ بشأن سلطة الصحافة على أنه :

« يجب علي كل من يريد إصدار صحيفة جديدة أن يقدم إخطاراً كتابياً إلي المجلس الأعلى للصحافة موقعاً عليه من الممثل القانوني للصحيفة ، يشتمل علي أسم ولقب وجنسية ومحل إقامة صاحب الصحيفة . واسم الصحيفة ، واللغة التي تنشر بها ، وطريقة إصدارها وعنوانها واسم رئيس التحرير وعنوان المطبعة التي تطبع فيها الصحيفة » .

كما تنص المادة الخامسة عشرة من نفس القانون علي أن :

« يصدر المجلس الأعلى للصحافة قراره في شأن الإخطار المقدم إليه لإصدار الصحيفة خلال مدة لا تتجاوز أربعين يوماً من تاريخ تقديمه إليه ، ويعتبر عدم إصدار القرار في خلال المدة سألقة البيان بمثابة عدم اعتراض من المجلس الأعلى للصحافة علي الإصدار . وفي حالة صدور قرار برفض إصدار الصحيفة يجوز لنوبي الشأن الطعن فيه أمام محكمة القيم بصحيفة تودع قلم كتاب هذه المحكمة خلال ثلاثين يوماً من تاريخ الإخطار بالرفض » .

الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحفية

إن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحفية ، هو الكيان المتكامل ، الذي يتكون من أجزاء وعناصر متداخلة ، تقوم بينها علاقات تبادلية لإنجاز النشاط ، وتادية الوظائف ، التي تحقق في النهاية انتاج المؤسسة وعملها وهدفها .

والتنظيم الأنسب للصحف ، يعرف بالتنظيم الهرمي الوظيفي (*) ، لأنه يتيح الرقابة علي الأقسام ، ويسمح بحرية العمل داخل القسم .. ففي هذا التنظيم تكون الرقابة متدرجة من أسفل إلي أعلى ، بحيث يكون لكل طبقة أو مرحلة سلطتها النهائية . ويرأس الأقسام مديرون يكونون مسئولين بدورهم أمام مدير أعلى . ولكن لكل مدير من هؤلاء ، ولكل رئيس منهم مسئولية وسلطة داخل قسمه . وعلي سبيل المثال فإن مدير القسم الميكانيكي قد يكون رئيساً لرئيس عمال قاعة جمع الحروف ، ولكن الثاني هو السلطة الأخيرة فيما يختص بأمور هذه القاعة ، فرجاله ومرؤوسوه يعرضون مشكلاتهم عليه مباشرة ، لا علي مدير القسم الميكانيكي ، ولا علي المدير التجاري ، أو رئيس مجلس الادارة في المؤسسة الصحفية .

وخلاصة الأمر أن التطور في الصناعة الصحفية لا يختلف في شيء عن التطور في أي صناعة أخرى . وبعد أن أصبحت الصحافة صناعة ضخمة ، لم يعد في الإمكان أن تنجح وتؤدي رسالتها إذا لم يتبع في إدارتها الأسلوب العلمي السليم . فالإدارة الصحفية تهيم علي نواحي النشاط الإعلامي والطباعي والتوزيعي ، لكي تجعل من العمل التحريري مادة تبايع الي مشتريها بثمن يغطي مصروفات إصدارها ، ويحقق ربحاً مجزياً لأصحاب رأس المال الذي يساعد الصحافة علي أن تبقى قوية (١) .

ولقد أصبح إصدار الصحيفة منذ زمن ، يستلزم تضافر عدة أجهزة يختص كل منها بخاصية متميزة عن غيرها ، ولكنها تكون في مجموعها النشاط الصحفي المتكامل . ومالم يتفاعل كل واحد منها مع الأجهزة الأخرى ، فلن تكون هناك صحيفة ولا صحفي . وقد جرت العادة علي تجميع هذه العمليات في قطاعين كبيرين : الأول يختص بالنواحي التحريرية الصحفية . والثاني بالنواحي الإدارية ، ويضم الإعلانات والمطابع والتوزيع . ويتألف كل قطاع من هذين القطاعين من إدارات وأقسام وفروع

(*) ينقسم التنظيم الإداري بصفة عامة إلى ثلاثة أنواع رئيسية : أولها التنظيم المركزي أو الهرمي ، حيث تتدرج السلطة فيه من قمة الهرم إلى قاعدته بمعنى أن علي المستويات الإدارية الأولى أن تتلذ مايصدر إليها من تعليمات من المستوى الأعلى . وتكون السلطة فيه هرمية . وأنسب مجال يتبع فيه هذا الأسلوب هو المؤسسة العسكرية .. والثاني هو التنظيم الوظيفي ، وفيه يتبع مبدأ تفويض السلطة تفويضاً نهائياً في مجالات العمل المختلفة ، أو تفويض السلطة في بعض أعمال معينة غالباً ما تكون مشتركة بين الإدارات المختلفة كالضرائب علي إختلاف أنواعها .. والنوع الثالث وهو الأنسب للصحف كما ذكر أعلاه فهو عبارة عن مزيج من التنظيمين السابقين . ((راجع تفاصيل ذلك في كتاب المؤسسة الصحفية - مصدر سابق ص ١٤٧ - نقلاً عن محاضرات في تنظيم الصحف وإدارتها للدكتور خليل صابات ألقاها في جامعة بغداد عام ١٩٧٢ وكذلك كتاب إدارة الصحف للدكتور حسنين عبد القادر (القاهرة ١٩٧٥) ص ٧٢ و٧٣ وكذلك إدارة الصحف للدكتور صليب بطرس - مصدر سابق ص ٩٥ ومابعدها)) .

(١) إدارة الصحف - صليب بطرس - مصدر سابق ص ٩ .

وشُعْب عديدة ، يتولى كلُّ منها ناحية معينة من نواحي العمل في الصحيفة . وتكوُن هذه النواحي في مجموعها العمل المتكامل ، الذي يهدف إلى إصدار الصحيفة ، ووضعها في السوق تحت أيدي القراء مادة صحفية تقرأ .

وإذا كانت الصورة المألوفة في مصر ، وفي العالم العربي بصفة عامة ، هي أن تضم منشأة واحدة هذه الأنشطة كلها ، فإن ذلك ليس أمراً تحتّمه طبيعة العمل الصحفي ، ففي كثير من بلاد العالم يعهد بالإعلانات إلى هيئة أخرى ، وتقوم بالتوزيع جهة ثالثة ، ومهمة المالك في هذه الحالة تكون التنسيق بين هذه الأنشطة ، وتتبع نتائجها عن طريق الوسائل العلمية المختلفة يومياً ، وبخاصة بعد التوسع في استخدام الحاسب الآلي الإلكتروني^(١) .

وإذا كان قطاع التحرير^(*) هو أكثر قطاعات الصحيفة أهمية ، حيث يختص بكل ما يتعلق بالمادة الصحفية المقروءة ، من أخبار ، وتحقيقات ، وأحاديث ، وتعليقات ... إلخ ، ولا يمكن وجود صحيفة بدون جهاز تحريري ، فإن ذلك لا يقلل من أهمية القطاع الآخر ، وهو الذي يتكفل بالنواحي الإدارية . ويمكن تقسيم هذا القطاع إلى إدارتين كبيرتين^(**)

الأولى : الإدارة الصناعية ، وتضم المطابع بأقسامها المختلفة . والثانية : الإدارة التجارية ، وتضم أقسام التوزيع والإشتراكات والإعلانات ، والطباعة التجارية وغيرها .

وتحدث عن القطاع الإداري يشقيه الصناعي والتجاري ، في المطلبين التاليين ..

(١) نفس المصدر السابق ص ٥٣ و ٥٤ .

(*) سنتناول الحديث عن هذا القطاع التحريري بالتفصيل في مواضع أخرى من هذا الكتاب .

(**) يمكن تقسيم القطاع الإداري بطريقة رأسية إلى : إدارة الإعلانات ، وإدارة المطابع ، وإدارة التوزيع . وتكون كل من هذه الإدارات وحدة قائمة بذاتها لها موظفوها الفنيون والحسابيون والمختصون بشئون العاملين . وتختص بالشئون الحسابية والمالية إدارة واحدة لحزونة هذه النواحي في الإدارات المختلفة وكذلك بالنسبة لشئون العاملين .

كما يمكن تقسيم القطاع الإداري بطريقة أخرى هي : (١) الإدارة التجارية وتضم أقسام الإعلانات والتوزيع وتسويق الطباعة التجارية . (٢) الإدارة الصناعية وتضم المطابع بأقسامها المختلفة . وهناك مؤسسات صحفية تضم فيها الناحيتين التجارية والصناعية إدارة واحدة بهذا الاسم . وفي كلا هذين النوعين من التقسيم تكون هناك إدارة منفصلة يطلق عليها اسم الإدارة العامة الإشرافية ، وتضم القائمين على الإدارة العليا ، وهم مالك الصحيفة في حالة المنشأة الفردية ، وشركات الأشخاص ، أو مندوبين عن المالك في حالة شركات الأموال والمديرين .

» راجع في ذلك إدارة الصحف - صليب بطرس - مصدر سابق ص ٥٥ و ٥٤ « .

المطلب الثاني

الصناعة في الصحافة^(١)

يركز هذا المطلب على الصناعة في الصحافة ، من ناحية اعتمادها على مطابع وآلات طباعية مختلفة وورق وأحبار وآلات تصوير .. إلخ ويتعامل مع هذه الأنواع مهندسون وفنيون وعمال .. إلخ .

* * *

لقد أصبحت الصحافة المطبوعة ، صناعة بمعنى الكلمة .. ويتجلى ذلك بوضوح لاعتمادها في الإنتاج على آلات ومعدات طباعية ، وورق ، وأحبار ، وآلات تصوير ، وقطع غيار ... إلخ ، والإدارة الفنية في الصحيفة هي المسئولة عن العمل في هذا المجال ، حيث تتبعها المطبعة ، وآلات الطباعة^(*) بمختلف أنواعها مثل الطباعة من السطح البارز (Letter Press) والطباعة من السطح الغائر (Rotograveur) والطباعة من السطح الأملس (Lithography) .. وأقسام الجمع الآلي (Set Machine) مثل آلات الجمع السطري (الإنترتيب Intertype واللينوتيب Linotype) والجمع الحرفي (المونوتيب Monotype) والجمع الفوتوغرافي أو التصويري (Photocomposition) والجمع البرقي (Teletypesetter) .

(١) راجع في ذلك خليل صابات / تاريخ الطباعة في الشرق العربي (القاهرة - دار المعارف - الطبعة الثالثة عام ١٩٦٦) من ١٤ - ١٨ وله كذلك قصة الطباعة - القاهرة - مكتبة الهلال ١٩٥٧ - صفحات مختلفة .. وكذلك إبراهيم إمام / فن الإخراج الصحفي (القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٥٧) من ١٣٧ - ١٦٢ وكذلك إدارة الصحف (صليب بطرس) مصدر سابق من ١٥١ - ١٥٢ وكذلك (الصحافة - إجلال خليفة - مصدر سابق من ٢٢ - ٣٠ وكذلك المجلة ... مصدر سابق من ٧٦ - ٩٠ وللمؤلف وسائل الإعلام السعودية والعالمية مصدر سابق من ٣٦ - ٤٢ . . .
(*) آلة الجمع السطرية (اللينوتيب) اخترعها أوتومار مرجنتالر في ٣ يولي ١٨٨٦ في أمريكا . وآلة الجمع الحرفي (المونوتيب) تجمع حروف الطباعة وتصيبها آلياً وقد اخترعها العالم الأمريكي توارث لانستون عام ١٨٨٧ وآلة الجمع ذات الحروف المتنوعة (الانترتيب) تم اختراعها في أكتوبر ١٩١٢ وآلة الجمع التصويري وهي لاتنتج حروفاً طباعية مسبوكة بالوصاص وإنما صور لهذه الحروف على الأفلام وبدأت التجارب بشائها عام ١٩١٠ وتصلح للإستخدام مع الطباعة من السطح الأملس الأوفست OFFSET وآلة الجمع البرقي (تيلي تيبستر) اخترعها والتر مور في مايو ١٩٢٦ وهي آلة للجمع الأوتوماتيكي الذاتي بدون عامل وعلى مسافة بعيدة وتسمح بأن ينقل إلى عدة صحف من نقطة ما حروف مجموعة واحدة بواسطة التلفراف اللاسلكي بحيث تسجل مثابة على شريط من الورق يتحكم في إدارة لينوتيب الإستقبال ..

كما تتبع الإدارة الفنية في الصحيفة ، أقسام التوضيب التي تتولي وضع المواد الصحفية التي تجمع بواسطة الآلات السابقة ، في هيئة صفحات يتم تصحيحها من الأخطاء المطبعية ، وإتباع الخطوات الأخرى التي تلي ذلك .. وأقسام تجهيز الروتوجرافور والأوفست من تصوير وروتوش ومونتاج وسلوفان وزنك .. ألخ .. وأقسام الطبع بأنواعها المختلفة .. وأقسام التجليد الآلي واليدوي والتدبيس .. ألخ .

وتعتبر المطابع ، قلب الصحيفة النابض ، لأنها الملتقي الذي تتجمع فيه كافة العناصر التي تتكون منها الصحيفة ، لكي تخرج إلي القراء في الثوب الذي يرونها فيه . ولا بد أن يكون للصحيفة مطبعتها الخاصة بها ، ولا تعتمد علي مطبعة صحيفة أخرى ، مثلما تفعل الصحف الصغيرة التي ليس لها مطابع . لأن هذا قد يعرض أعمال الصحيفة إلي التعطيل ، أو يؤخر صدورها في موعدها أحياناً ، مما يؤدي سمعتها ويعود عليها بالضرر ، من نواحي التوزيع ، والنواحي المالية وغيرها .

إن الطباعة ، وهي الناحية الصناعية للصحيفة ، لها صفات تتميز بها عن غيرها من الصناعات الأخرى . مثل تأدية العمل الصحفي بسرعة أكبر ، وتحقيق مستوى طباعي أفضل علي نحو مستمر ، وتخفيض الضائع من الوقت والمواد إلي أدنى حد ممكن ، وبخاصة في المواد التي تكون نسبة مرتفعة من المصروفات ، وفي مقدمتها الورق ، والأحبار ، والمواد الكيماوية ، وغيرها من المواد الأولية الملموسة (Tangible) الأساسية في صناعة الصحافة . وهذه كلها عوامل تؤثر في قدرة المنشأة الصحفية علي منافسة الآخرين ، وبالتالي تؤثر في مركزها المالي . وتشكل محاربة الوقت الضائع ، والمواد الفاقدة مشكلة أساسية في صناعة الصحافة ، فلو تمكنت هذه المؤسسات من الهبوط بها إلي أدنى حد ممكن ، لأصبحت عملية إصدار الصحيفة أيسر ، وتدر دخلاً أكبر .

وأساس العملية الطباعية ميكانيكياً ، تتضمن ثلاثة عناصر رئيسية هي : الورق .. والأحبار .. والسطح الطابع . وقد سبق منذ قليل التعرض لهذا العنصر الأخير ، ويبقى التعرض للعنصرين الأول والثاني .

(١) الورق : والورق الذي يشكل عنصراً أساسياً في العملية الطباعية ، يستمد أهميته في صناعة الصحافة ، من أنه يكون نسبة عالية من مصروفات الصحيفة ، ويستنفد نسبة كبيرة من إيراداتها ، التي تصل في مصر إلي حوالي ٣٥ ٪ من المصروفات الإجمالية . ومنذ أواخر عام ١٩٧٢ أخذت أسعار ورق الجرائد ، وورق المجلات في الإرتفاع علي نحو غير مألوف .

ويصنع الورق من لب الخشب ، أو من القش ، أو من الجوت ، أو من بقايا نسيج الكتان ، أو القطن ... ألخ حيث يتم طبخ تلك المواد وفردتها حتي تصير علي شكل ورق

دقيق بسمك معين . وتعامل بعض أنواع الورق بعد إنتاجه بالصقل ، عن طريق الضغط ، أو بإضافة مواد أخرى تكسبه لمعاناً وزيادة في الوزن .

وهناك عدة فئات رئيسية من أنواع الورق المستخدم في الطباعة منها : ورق الجرائد (Newsprint) وهو ورق رخيص يصنع من لب الشجر الخشن ، ويستعمل في طباعة الجرائد والمجلات والإعلانات والمنشورات .. وورق الكتاب (Book Papers) وهو علي عدة أوزان وتشطيبات مختلفة . ويتألف من أفرخ ناعمة ، ويستعمل في طباعة المجلات والكتب والمنشورات .. والورق المقوي (Cardboards) ويستعمل في طبع أغلفة المجلات (Covers) لأنه أسمك وأصلق من الورق الذي يستخدم في طبع جسم المجلة .

(ب) الأحبار : والحبر هو أحد عناصر ثلاثة رئيسية كما سبق ذكره ، مع الورق والسطح الطابع ، أساس العملية الطباعة ميكانيكياً . وقد عرفت أحبار الطباعة في أصولها الأولى ، منذ فترة طويلة قبل إختراع جوتنبرج للطباعة بالحروف المعدنية المتحركة في منتصف القرن الخامس عشر .

وتوجد مكونات ثلاثة أساسية للحبر الطباعي هي : الصبغة (Pigment) التي تعطي الحبر اللون الخاص به . والحامل (Vehicle) وهو نوع من الورنيش والمواد الزيتية المختلفة ، ويشكل العنصر السائل الذي يمتزج داخل الصبغة الملونة ، والمكونات الأخرى ، ويقوم بدور الحامل أو الناقل للصبغة والمثبت لها علي السطح المطبوع ، ومستول عن اللعان والخشونة والصلابة .. والمجفف (Drier) وهو مادة تضاف الي الحبر لتساعده علي التحكم في زمن الجفاف .

والتقسيم الشائع لأنواع الحبر الطباعي هو :

(١) حبر طباعة الجرائد (News ink) ، وهو حبر خفيف القوام ، ويجف عن طريق نفاذه وتخلله للورق ، ويستعمل أساساً مع ورق الجرائد .

(٢) حبر الشغل (Job ink) حبر غليظ القوام للطابعات المتوسطة في معدل العمل .

(٣) حبر الظلال (Halftone ink) وهو حبر ناعم دقيق ، يستعمل مع الورق المصقول ، ولطباعة الظلال .

(٤) حبر الغلاف (Cover ink) وهو حبر خشن جداً ، ويستعمل مع الورق المستخدم في طباعة أغلفة المجلات .

ولقد ساهم التطور السريع للمعدات الطباعة ، في زيادة العبء المالي الملقى علي عاتق المؤسسة الصحفية ، إذ أنها في ظل هذا التطور ، تضطر الي التخلص من آلات

ومعدات تعتبر صالحة لتأدية الأغراض المطلوبة منها ، لو لم تظهر الآلات الجديدة ، ولو لم يستخدمها المنافسون . وقد أصبحت هذه المعدات والآلات بامهضة التكاليف ، لا يستطيع فرد أن يتحملها وحده ، وبخاصة في البلاد النامية . وعلى الرغم من التطورات الكبيرة التي دخلت على معدات وآلات الطباعة خلال القرون الخمسة منذ ظهور إختراع جوتنبرج ، فما زالت الطباعة في صناعة الصحافة ، في تطور تكنولوجي دائم لا ينقطع وخاصة في الدول الغنية المتقدمة . وهذا الأمر يتطلب التوقف قليلاً أمام موضوع إدخال التكنولوجيا الحديثة إلى صناعة الصحافة في الدول النامية .

وبصفة عامة فإنه لا يجوز نقل التكنولوجيا الحديثة المتقدمة من البلاد الغنية إلى البلاد الفقيرة دون تعديلها ، لتتشي مع ظروف تلك البلاد . وذلك لإعتبارات عديدة منها : أن تكنولوجيا البلاد الغنية تقوم على أساس أن رأس المال وفير في تلك البلاد ، في حين أن العمالة عنصر شحيح فيها . والبلاد النامية على عكس ذلك تماماً . ومعنى هذا أن تكنولوجيا البلاد الغنية ، وهي من النوع المسمى (Capital Intensive Technology) تستخدم في البلاد الفقيرة التي تلزمها تكنولوجيا من النوع المسمى (Labour Intensive Technology) بالإضافة إلى أن النوع الأول من التكنولوجيا يتطلب عمالاً ماهراً ، وكفايات إدارية وفنية ، وهذه كلها لا تتوفر بالقدر الكافي في البلاد النامية . كذلك فإن العمر الإنتاجي للآلات الحديثة أقصر لو استخدمت في البلاد النامية ، لأن مستوى الصيانة أقل ، ومواد الإصلاحات غير كافية ، والتشغيل يتم بعناية أقل . ووفق ذلك كله فإن التكنولوجيا الحديثة ، وجدت أصلاً لتخدم الإنتاج الكبير (Large Scale Production) في حين أن الإنتاج في البلاد النامية إنتاج صغير (Small Scale Production) لضيق السوق في تلك البلاد .

ولكن هل معنى هذا أنه يتحتم على البلاد الفقيرة ، أن تستخدم بالضرورة التكنولوجيا الصحفية القديمة . التي هجرتها البلاد الغنية ؟؟ .

الجواب على الفور هو .. لا .. ويجب توجيه الأبحاث التكنولوجية الي حيث تتلائم مع إحتياجات البلاد الفقيرة ، فنتج تكنولوجيا وسط بين تلك التي عفا عليها الزمن ، وتلك التي تستخدم في البلاد المتقدمة . لأنه إذا تم نقل تكنولوجيا البلاد المتقدمة إلى البلاد النامية ، دون تعديلها وظروف تلك البلاد ، فإن النتائج ستكون تبديداً لرأس المال ، وتعطيلاً لوسائل الإنتاج ، ومعدلاً منخفضاً للإستخدام ، وإرتفاعاً لتكاليف وحدة الإنتاج .

وعلى ذلك يجب مراعاة الإعتبارات التالية :

(١) يحسن أن تكون التكنولوجيا التي يقع الإختيار عليها في الدول النامية ، من النوع الذي يستلزم وقتاً أقل في تعلمه والإبداع فيه .

(٢) يفضل في البلاد الفقيرة إستخدام التكنولوجيا التي تكون مدة حضانة الاستثمار (Gestation Period) فيها قصيرة .

(٣) يفضل التكنولوجيا التي يؤدي إستخدامها الي توفير في المواد المستخدمة ، علي عكس التكنولوجيا التي تؤدي الي توفير في الأيدي العاملة .

وفي ضوء هذه الاعتبارات السابق ذكرها ، فإن الإدارة الصحفية في الدول النامية عليها أن تتخذ القرارات الحكيمة ، عند التفكير في إدخال التكنولوجيا الحديثة في مجال صناعة الصحافة . بما يصون مصالح العمل ، وأصحاب الأعمال ، والمؤسسة الصحفية في وقت واحد . فالإستثمارات المالية في تلك الصناعة ضخمة للغاية ، والآلات الطباعية الحديثة أثمانها مرتفعة جداً ، علاوة علي أن مصروفات تشغيلها أعلي بكثير من مصروفات تشغيل الآلات التقليدية . مع الوضع في الإعتبار أن صناعة الكلمة المطبوعة في تطور مستمر ، شمل جميع نواحيها ، نتيجة للطلب المتزايد عليها في كافة مناحي الحياة . وسيل التطور لم ينقطع منذ أن عرف العالم الطباعة - كما سبق ذكره - وليس هناك من سبب يمكن الإستناد إليه لإفتراض أن موجة التقدم هذه ستحسر ، بل إن كل العوامل تظهر أن عالمنا تتحسر فيه موجة الأمية يوماً ، لابد من أن يزيد فيه الطلب علي الكلمة المطبوعة ، ومايستتبعه من تقدم في النواحي الطباعية المختلفة في إطار صناعة الصحافة . وكل هذا يستدعي ضرورة أن تعمل الصحف علي موازنة الدخل والمنصرف ، والعمل علي زيادة مواردها المالية لمقابلة كل تلك الإحتياجات ، وتحقيق أرباح في نهاية الأمر .. وهذا هو موضوع المطلب التالي ..

* * *

المطلب الثالث

التجارة في الصحافة

يتعرض هذا المطلب إلى التجارة في الصحافة ، من ناحية أن لها مصروفات وموارد مالية ، تتطلب موازنتها وتحقيق أرباح بعد ذلك .

* * *

إن الصحافة أيضاً تجارة ، لأنها تسعى جاهدة لزيادة دخل المؤسسة الصحفية ، والعمل علي موازنة الدخل مع المنصرف وتحقيق أرباح .. وكل صحيفة تحاول أن تزيد مواردها ، لتزيد إستثماراتها ومصروفاتها ، وتتقدم خطوة إلي الأمام . وهذا هو المقياس لنجاح الإدارة في المؤسسة الصحفية . وفيما يلي نتحدث عن كل من مصروفات الصحيفة ومواردها .

(١) وفيما يتعلق بمصروفات الصحيفة فإنها تكاد تنحصر في ثلاثة أنواع رئيسية هي^(١) :

(١) المصروفات شبه الثابتة : وتشمل أجور ومرتبات المحررين والفنيين والكتاب وكافة العاملين ، وأقساط التأمين إذا كانت المؤسسة مؤمنة علي عمالها ومطابعها وغير ذلك ، وقيمة إيجارات المباني إذا كانت الصحيفة تستأجر مبان لإدارتها أو المطابع أو المخازن ... الخ .

(٢) المصروفات المتغيرة : وتشمل ثمن الورق ، والأحبار ، والمواد الطباعية المختلفة ، ونفقات توزيع الصحف ، وقيمة الضرائب ، وما شابه ذلك .

(٣) الإستثمارات الجديدة الخاصة بالتوسع في إنشاءات جديدة ، وإحلال الجديد محل القديم ، وتطوير خدمات الصحيفة وغير ذلك .

(ب) أما موارد الصحيفة فتكاد تنحصر في خمسة مصادر رئيسية هي^(٢) :

(١) التوزيع والإشتراكات ، (٢) الإعلانات ، (٣) الطباعة التجارية وعمليات نشر الكتب . (٤) العمليات الخاصة بتشغيل بعض أجهزة الصحيفة العصرية لم حساب الآخرين . (٥) بيع المرتجعات من نسخ الصحيفة ، ومخلفات العمليات الطباعية .

(١) راجع المؤسسة الصحفية / مصدر سابق ص ١٩٨ و ٢٣٠ - ٢٣٢ وكذلك إدارة الصحف (حسني عبد القادر) ص ٥١ - ٥٣ .

(٢) المصدر الأول السابق ص ١٩٧ والمصدر الثاني السابق ص ٢١ .

وهذه هي الموارد المشروعة ، حيث توجد موارد أخرى غير مشروعة ، تستطيع بعض الصحف الهابطة الحصول عليها ، وتمثل في الرشوة من الأفراد والهيئات أو الحكومات . وأياً كان شكل المصدر الذي تحصل عليه من إيراد غير مشروع ، فهو رشوة ، وإن اختلفت المسميات . فقد تقوم سفارة دولة أجنبية ، بطباعة نشرة أسبوعية من عدة صفحات ، أو طباعة كتيب أنيق بين الحين والآخر في مطبعة صحيفة معينة ، ثم تدفع ثمناً لهذه العملية البسيطة أضعاف تكاليفها ، وقد تكون المساعدة بصورة نقدية مباشرة ، أو رشوة مكشوفة . ولكن ينبغي أن تفرق بين المساعدات والرشاوي التي تقدم للصحف بطرق غير شرعية ، وغير علنية ، وبين النوع المشروع لسد العجز المالي لبعض الصحف ، أو إمداد الحكومة للصحف بمعونة تأسيس ، أو مساعدة سنوية ، أو تعويض خسائر الصحيفة بإعطائها الإعلانات الحكومية ، أو توقيع عقود الاشتراك في عدد كبير من النسخ ، التي غير ذلك من المعونات التي تقدم بطريقة علنية شرعية .

ونستعرض فيما يلي بعض التفاصيل كل مورد من هذه الموارد الصحفية المشروعة :

أولاً : التوزيع والإشتراكات :

يعتبر التوزيع من المصادر الأساسية لإيرادات الصحيفة ، فالصحيفة تطبع أولاً وقبل كل شيء ليشتريها القراء ، ويدفعوا ثمنها نقداً ، سواء عن طريق الاشتراكات التي تدفع مقدماً لمدة زمنية معينة ، علي العنوان الذي يحدده المشترك ، أو عن طريق البيع بالنسخة بواسطة الباعة في الشوارع وأكشاك بيع الصحف ، وإستلام الثمن في الحال^(١) .

ومن الصعب أن تأمل صحيفة في أن تبقى في السوق دون أن يكون لها توزيع . فالتوزيع في الواقع هو الدعامة الأساسية لأي صحيفة تريد البقاء والنمو . ولا يعتبر التوزيع مؤشراً لنفوذ الصحيفة فحسب ، ولكنه يعتبر أهم مقياس لقيمتها كمشروع يراد له البقاء . وقضية التوزيع هي قضية تداول الصحيفة وبيعها في أن واحد . فلا يكفي أن تتداول الصحيفة بين القراء ، ولا يكفي أن تباع دون أن تتداول . فكلما الوجهين لازمين للصحيفة . والتداول في الإنجليزية بمعنى (Circulation) قد لا ينطوي علي عنصر البيع ، كما في حالة النسخ المجانية ، والنسخ التي يقرأها القارئ دون أن يشتريها .

(١) إدارة الصحف (حسنين عبد القادر) مصدر سابق ص ٢١ وكذلك عبد العزيز الغنام /مدخل في علم الصحافة (الجزء الأول/الصحافة اليومية/القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية - الطبعة الثانية ١٩٧٧ ، ص ٥٥ .

وتوزيع الصحيفة إذا أريد لها أن تكون ناجحة ، لا يعدو أن يكون عملية تخطيطية يتبع فيها الأسلوب العلمي ، الذي يهدف إلى الحصول على أكبر عدد من المشترين ، يتناسب حده الأدنى مع مستوي الصحيفة ، مقارنة بمستوي منافسيها ، ثم الإستثمار بأعلى قدر من الزيادة في مجموع المشترين . وتحدث هذه الزيادة لأسباب طارئة ، كأحداث عالمية أو محلية مثيرة تدعو لزيادة الشراء ، وكذلك نتيجة لإعتبارات إقتصادية وإجتماعية ، كارتفاع القوة الشرائية لمشتري الصحيفة ، وهبوط نسبة الأمية ، وزيادة عدد المتعلمين ، والتحول الإجتماعي الذي غالباً ما يصحب الثورات الإقتصادية والسياسية في البلاد النامية . ويرى الصحفيون أن زيادة التوزيع يعزى إلى الأحداث الكبيرة ، وإلى الجهود الصحفية في غالبية الأحوال . ويرى رجال التوزيع أن هذه الزيادة ترجع أصلاً إلى قدرات أجهزة التوزيع ، وكفاءة القائمين عليها . والحقيقة هي وسط بين هذين الإتجاهين ، فلا يمكن أن ينكر أحد أثر الأحداث المثيرة ، والمجهودات التحريرية في هذا الصدد ، ولكن لا يمكن أن ينكر أحد أيضاً أثر النظام التوزيعي في تحديد مدى إستجابة البيع لهذه الأحداث ، وهذه الجهود(١) .

وتتولى إدارة التوزيع والإشتراكات مهام هذا المجال ، وتضم قسم الحسابات ، وقسم الإحصاء ، وقسم شئون العاملين ، وقسم المناطق التي توزع فيها الصحف ، وقسم الإشتراكات الذي يتولى كل ما يتعلق بالمشتريين ، وقسم النقل الذي يتولى أمر السيارات ووسائل النقل الخفيف ، الخاصة بنقل الصحف والورق وغيره من المواد ، ونقل الأشخاص وماشابه ذلك(٢) .

ويبدأ العمل اليومي لجهاز التوزيع بتوقع الكمية التي يجب طبعها من الصحيفة ، مقارنة بأرقام الأيام السابقة ، والأيام المقابلة في مدد سابقة ، على أن تعدل الكمية المطلوبة في ضوء الأحداث الجارية . وغالباً ما يكون ذلك بعد التشاور مع رؤساء التحرير ، والواقع أن مبيعات الصحيفة لا تختلف من يوم عنها في يوم آخر إختلافاً محسوساً ، بإستثناء الأيام التي تقع فيها أحداث غير عادية . ويولي ذلك الإهتمام بتوصيل الصحيفة إلى مناطق البيع بالكميات وفي المواعيد المناسبة . ولا يقل عن ذلك أهمية ما يسمى بعملية (الترقية) ، ويقصد بها نقل الكميات الزائدة من إحدى نقط البيع إلى النقطة التي يظهر فيها نقص .

وفيما يتعلق بإيرادات التوزيع ، فإنه لا توجد سلة أرخص من الصحيفة اليومية في أي بلد من بلاد العالم ، سوى رغيف الخبز .. ومع هذا فإن الصحيفة تعتمد في مراحلها الأولى ، على إيرادات التوزيع بصورة أكثر من اعتمادها على إيرادات

(١) إدارة الصحف (مليب بطرس) مصدر سابق ص ١٢١ - ١٢٥ .

(٢) نفس المصدر السابق ص ٥٦ .

الإعلانات . وكلما توغلت الصحيفة في القدم ، تبرز أهمية العلاقة النسبية بين إيرادات التوزيع ، وإيرادات الإعلانات وضرورة إيجاد التوازن بينهما . وتختلف نسبة إيرادات التوزيع الي الإيراد الكلي للصحيفة ، من مرحلة إلي أخرى من المراحل التي تمر بها الصحيفة ، ومن بلد إلي آخر ، ومن نوع إلي نوع .. ومهما يكن من الأمر فهناك بعض القواعد العامة ، التي إستخلصتها بعض المؤسسات الصحفية من تجاربها العملية التي مرت بها . فبعض المنشآت تكفي بأن تغطي إيرادات جهاز التوزيع ، مصروفات هذا الجهاز بماقيها مصروفات التشغيل . والبعض الآخر يري أنه لا بد من أن تغطي إيرادات التوزيع ، قيمة الورق المستخدم في طباعة الصحيفة ، أو أن تغطي جزءاً من قيمة الورق ، بالإضافة إلي مصروفات جهاز التوزيع . ولكن معظم المنشآت تأمل في أن تستغرق الإيرادات الناشئة من بيع الصحيفة قيمة الورق ، بالإضافة إلي مصروفات جهاز التوزيع ، علي أن تغطي إيرادات الإعلان باقي مصروفات الإصدار ، مع تحقيق ربح معقول^(١) .

وبالنسبة لطرق التوزيع ، فليس من الضروري أن يكون لكل مؤسسة صحفية جهاز يتولي التوزيع . فإذا لم يكن حجم التوزيع بالمقدار الذي يكفي لإنشاء هذا الجهاز ، تعهد المؤسسة بأمر التوزيع الي هيئات خارجية . وقد ترى بعض أجهزة التوزيع التابعة للمؤسسات الصحفية المختلفة أن تتعاون فيما بينها ، فتتخصص كل منها في توزيع صحفها وبعض الصحف الأخرى في منطقة معينة ، ويختص جهاز التوزيع الأخر بالتوزيع في منطقة ثانية وهكذا . وقد جرت العادة علي أن يتم ذلك بين صحف غير متنافسة مثل الجرائد اليومية ، والمجلات الأسبوعية . وتختلف أهمية أجهزة التوزيع من مؤسسة صحفية الي أخرى . فالمؤسسة التي يكون نشاطها مقصوراً علي مجلة أسبوعية مثلاً ، يمكن أن يتولي التوزيع فيها نفر من العاملين لايتعدى أصابع اليد الواحدة ، وكذلك الحال في الصحف الإقليمية . أما الصحف الواسعة الإنتشار فتتولي أمر توزيعها أجهزة متخصصة ، يعمل فيها عدد غير قليل يتمشي مع حجم التوزيع ، ومع إتساع رقعة السوق التي توزع فيها . وتأخذ طرق الوزيع صوراً كثيرة . ففي إنجلترا والولايات المتحدة وغيرها من البلاد المتقدمة ، يوجد نظام توصيل الصحيفة إلي المنازل (Home Delivery) وذلك في المدينة التي تصدر فيها الصحيفة ، وطريقة البيع في الشوارع بواسطة بائعي الصحف ، وطريقة البيع بواسطة الأكشاك ، وإرسال الصحيفة بواسطة البريد في المناطق البعيدة عن مركز إصدار الصحيفة^(٢) .

(١) نفس المصدر السابق ص ١٣٠ - ١٣٤ .

(٢) نفس المصدر السابق ص ١٤٠ و ١٤١ .

إعلان أرقام التوزيع^(١) :

هناك علاقة هامة بين التوزيع ونشر الإعلانات في الصحف . ذلك أن كبار المعلنين يفاضلون بين صحيفة وأخرى ، لينشروا إعلاناتهم في أكثر الصحف توزيعاً . ونتيجة لذلك فإن الصحف قليلة التوزيع تلجأ إلي عدم الإعلان عن أرقام توزيعها ، وإعتبار ذلك سرّاً من الأسرار لايحوز أن يبوحوا به لا للقراء ولا للمعلنين علي السواء . وكانت الصحف في أوروبا والولايات المتحدة وغيرها من دول العالم إذا اضطرت للإجابة عن سؤال حول التوزيع ، ذكرت أرقاماً تقديرية قد تكون بعيدة عن الواقع ، وأدي ذلك الي أن أصبح المعلن لا يستطيع الوقوف علي قيمه ما يحصل عليه مقابل ما يدفعه في الإعلانات .

وأمام إلحاح المعلنين في البلدان الرأسمالية في المطالبة بالكشف عن أرقام التوزيع ، حتي يمكنهم نشر إعلاناتهم بإطمئنان ، كان رد بعض الصحف أنه ليست العبرة بعدد الذين يشترون الصحيفة ، بل بعدد القراء الذين يستطيعون شراء السلعة المعلن عنها ، وأن أرقام التوزيع لا تمثل في الحقيقة عدد القراء ، لأن الصحف لا يقرأها فقط أولئك الذين يدفعون ثمنها ، بل يقرأها أيضاً أسرهم وأصدقائهم . ولكن هذه النظرة الضيقة لسرية أرقام التوزيع أصبحت دليلاً علي ضعف الصحيفة .

وعندما تفاقم خطر هذه الحالة ، فكر الذين يعنيه الأمر في وضع حد لها ، خاصة بعد إزدياد الإنفاق الإعلاني ، وإزدياد المنافسة بين الوسائل الاعلامية المختلفة ، وبين المتنافسين في الوسيلة الواحدة . وأدي هذا الاعتقاد الي ضرورة التحقق من أرقام التوزيع بطريقة محايدة ، حتي يقف المعلن بطريقة مؤكدة علي مال مايدفعه مقابل إعلانة ، فأسسوا في سنة ١٩١٤ مكتباً يعرف بإسم (مكتب مراجعة التوزيع Audit Bureau of Circulations) ويعرف إختصاراً بإسم (A.B.C) وكلمة (Audit) معناها تدقيق أو فحص رسمي للحسابات التجارية ، أو بيان نهائي عن نتيجة هذا التدقيق . وكلمة (Circulations) معناها الإنتشار ، أي معدل النسخ المباعة من صحيفه أو مجله خلال مدة معينة .

ونظام هذا المكتب يقوم علي أساس الحصول علي أرقام صحيحة عن التوزيع ، يمكن الإعتماد عليها . ويتألف من ثلاث طوائف : طائفة المعلنين الذين يرغبون في معرفة التفاصيل الخاصة بالتوزيع : وطائفة الناشرين الذين يدلون بمعلوماتهم عن التوزيع : وطائفة وكلاء الإعلان الذين يقومون بدور الوسيط بين المعلنين والناشرين ،

(١) راجع في ذلك المصدر السابق من ١٤٣ وكذلك إدارة الصحف (حسني عبد القادر) مصدر سابق من ١٧٣ ومابعدها وكذلك المؤسسة الصحفية - مصدر سابق من ٢٠٣ و٢٠٤ وكذلك بعض الصحف السعودية والمصرية .

وتعتبر محايدة بالنسبة للطائفتين الآخرين . ويحرص الناشرون علي الإدلاء بالمعلومات الصحيحة عن التوزيع . وينبغي أن يعتمد مدير التوزيع بتوقيعه ، ثم مدير الصحيفة أو الناشر . وفوق ذلك فالمكتب له الحق في أي وقت من الأوقات ، أن يطلع علي جميع خطابات وسجلات الناشرين من الأعضاء . وتبعاً لذلك تكون لديه الفرصة للرقابة علي المعلومات التي يعطونها له .

وجدير بالذكر أن بعض الصحف تحرص على أن تنشر ضمن البيانات الإدارية التي تنشرها في كل عدد ، أنها عضوفي هذا المكتب ، وتخضع لمراقبته . ومنها على سبيل المثال (جريدة الشرق الأوسط) التي تصدر في لندن ، حيث تنشر ضمن الترويسة الخاصة بها أنها " تخضع لمراقبة مؤسسة أي . بي . سي . للتحقق من الانتشار ABC " .. وجريدة (المدينة المنورة) السعودية تنشر في الترويسة أيضاً أنها " عضوفي الهيئة الدولية للتحقق من الإنتشار الصحفي ABC " .. وجريدة (عكاظ) السعودية تنشر أنها " عضوفي الهيئة الدولية للتحقق من الإنتشار ABC " .. وتنشر جريدة (البلاد) السعودية أنها " تخضع لمراقبة مؤسسة أي . بي . سي . للتحقق من الإنتشار ABC " ولكن في مصر لا يوجد إتحاد ، أو جهة تتحقق من أرقام توزيع الصحف .

وبيقايام هذه الهيئة تغير اتجاه الناشرين الي النقيض ، فقد أصبحوا يتسابقون في نشر أرقام التوزيع وتفاصيلها ، لا على الملنين وحدهم ، ولكن أيضاً على كل من يعنيه الأمر ، وعلى القراء ، وذلك للتعرف علي حقيقة توزيع الصحيفة وسعة إنتشارها . وعلى سبيل المثال فإن (دار أخبار اليوم) المصرية تحرص علي نشر أرقام توزيعها كل ستة أشهر .

ثانياً: الإعلان^(١):

يعتبر الدخل من الإعلانات من المصادر الأساسية من موارد الصحيفة . ومن المسلم به في إقتصاديات صناعة الصحافة ، أنه في البلاد المتقدمة ، تصبح حصيلة الإعلانات هي الأساس المالي الذي تستند إليه الصحيفة ، وتعتمد في ميزانياتها اعتماداً جوهرياً عليه ، حيث تبلغ نسبة الدخل من الإعلان ، أكثر من نصف الإيراد الكلي للصحيفة .

(١) راجع تفاصيل هذه الجزئية في كتب : إدارة الصحف (حسني عبد القادر) مصدر سابق ص ٢٢ - ٢٣ وكذلك إدارة الصحف (صليب بطرس) مصدر سابق ص ٨٥-١٠٨ وكذلك المؤسسة الصحفية مصدر سابق ص ٢١٩ - ٢٢٨ وكذلك الصحافة (إجلال خليفة) ص ٦٤ وكذلك محمود فهمي / الفن الصحفي في العالم (القاهرة دار المعارف ١٩٦٤) ص ١٤٩ و ١٥٠ .

ويقول العمل في هذا المجال إدارة الإعلانات ، التي تشتمل على أقسام : الإعلانات التجارية ، والإعلانات المبوبة ، والإعلانات الخارجية . بجانب الأقسام التي تختص بالحسابات ، والإحصاءات ، وشنئون العاملين . وتتلخص وظيفة هذه الإدارة بأقسامها المختلفة ، في بيع أجزاء من مساحة الصحيفة للمعلن ينشر فيها ما يريد ، سواء كانت إعلانات مباشرة ، أو إعلانات تحريرية ، وله أن يتدخل في إخراجها وتحريرها .

وليس من شك في أن الوظيفة الأساسية للصحافة هي الإعلام بأوسع معانيه ، ومع هذا فمعذ أيامها الأولى ، تؤدي الصحافة بجانب ذلك وظيفة أخرى هي الإعلان^(*) . وبالرغم من أن الإعلان في الصحيفة قديم قدم الصحافة نفسها ، فإن إنتشاره على هذا النطاق الواسع يعتبر حديث العهد نسبياً . حيث شهد القرن التاسع عشر تقدماً في الإعلانات الصحفية ، نتيجة لقيام الثورة الصناعية التي زادت من الإنتاج زيادة كبيرة ، كان لابد أن تكون مصحوبة بإستنباط الوسائل اللازمة لتصريف هذه المنتجات . وكان الإعلان الصحفي في مقدمة هذه الوسائل . وقد أسهم في هذه الحركة إنتشار المجلات والجرائد اليومية زهيدة الثمن ، وكذلك إنتشار التعليم وإرتفاع مستواه ، مما أدى إلي زيادة عدد القراء . كما قام التحسن في طرق المواصلات والنقل بدور فعال في هذا المجال .

وقد ثار جدل طويل بين الإدارة والتحرير حول الإعلانات ، فاعتبرها البعض العمود الفقري للصحيفة ، الذي لاغنى عنه لوجودها المالى لمواصلة الصدور ، ومواجهة المنافسة مع الصحف الأخرى . واعتبرها البعض الآخر دخيلة على الصحيفة ، ويجب إفساح المجال للمادة التحريرية والرسالة الصحفية . . وكان النصر في هذا الجدل لمؤيدي الإعلانات ، حيث لمس أصحاب الصحف ، والمعلنون فوائد الاعلانات ، فشجعها ذلك على إفساح الصحف صدرها للإعلانات ، حتى لقد ذهب بعضها الي تخصيص الجزء الأكبر من مساحتها للإعلانات .

ويتذرع رجال الإدارة في بعض الصحف ، بأنه إذا كانت الصحيفة تصدر لخدمة القراء ، فإن الاعلان كذلك ينشر لخدمة القراء . كما أن الاعتماد على رصيد ودخل كبير للصحيفة ، يفيد في اجتذاب كبار الكتاب والمحرفين الممتازين ، والمحافظة على حياتها . وذلك خدمة غير مباشرة للقراء ، الذين يحرصون على حياة الصحيفة التي يفضلونها ودوام رسالتها .

ومن عادة معظم القراء الذين لا يهمهم أمر الإعلان ، أن ينصرفوا إلي المادة التحريرية فقط . وقد لا يكون لديه الوقت الكافي لقراءة الإعلانات ، ولذلك يجب أن يعنى

(*) راجع وظائف الصحافة في موضعها في هذا الكتاب بالفصل الخامس .

المحرر بالإعلان عناية خاصة ، حتى يجذب اليه الاهتمام ، وهذا بطبيعة الحال يؤثر في التوزيع ، الذي يؤثر بدوره في انتشار الصحيفة ، واجتذاب المعلنين . وكل هذا يدور في دائرة ثابتة متصلة الحلقات ، فإذا لم تحكم إحدى هذه الحلقات ، كان من العسير أن تسير الأمور في الاتجاه المقصود به في طريق النجاح .

فالمصلحة لا تعدو أن تكون مصلحة تجارية متبادلة بين المعلنين وأصحاب الصحف ، فالمعلنون يرغبون في بيع سلعهم ، أو خدماتهم إلى القراء ، وأصحاب الصحف يستفيدون من المبالغ التي يتقاضونها ثمناً للإعلان . وإن فليست هناك علاقة اعتماد خاصة من جانب الصحيفة على المعلن ، كما أنه ليس هناك ما يدعو إلى تغيير سياسة الصحيفة وفق مشيئة المعلنين . وفي استطاعة الصحيفة أن تبرهن على استقلالها ، برفضها الإعلانات التي قد تؤثر على إتجاه الصحيفة . ويرون أنه إذا كان التحرير ينشر أخبار السياسة والاقتصاد وغير ذلك ، فإن الإعلانات هي أخبار السوق ، وأخبار السلع والخدمات .

ولا يشاطر كل الصحفيين الرأي القائل أن الإعلانات هي جزء منفصل عن التحرير ، ولذلك يستطيع الانسان أن ينقد أحد المصارف هنا ، وينشر إعلانات له هناك . ومن هنا يرى البعض أنه ينبغي أن تعتبر الصحيفة كلاً لا يتجزأ من حيث سياستها العامة ، ويجب أن تتوفر المبادئ الأساسية وهي : النزاهة ، والأمانة ، والصدق ، في الإعلانات أيضاً . ومع ذلك فإن بعض الصحف التي تواجه مثل هذا التعارض ، تفضل إرجاء النقد وقبول الإعلان . كما أنه مما لا شك فيه أن الصحف تجامل أصحاب الإعلانات الكثيرة والكبيرة ، فتنتشر الأخبار الخاصة بهم ، ويقتراد أسرهم في المناسبات السارة ، وتواسيهم في المناسبات غير السارة . وتلوذ بالصمت إزاء بعض الحوادث التي يرتكبونها . وهناك مثل مشهور وقعت فيه الصحف الأمريكية في الخطأ فقد ارتكب في نيويورك أحد رجال الأعمال البارزين من فيلادلفيا جناية ، ومع ذلك لم تنشر جميع الصحف في المدينة حرفاً واحداً عن الحادث ، بينما نشرت صحف نيويورك المقالات الطوال عن هذه الجناية .

ولكن هل تستطيع الصحيفة أن تعيش بغير إعلانات؟؟

الحقيقة أن تاريخ الصحافة يعرض بعض محاولات ، قام بها عدد من الناشرين للتخلص من الاعتماد على حصيلة الإعلانات ، كمصدر رئيسي لإيراد الصحيفة . وفي تاريخ الصحافة الأمريكية توجد ثلاث محاولات من هذا القبيل . وأول محاولتان قام بهما الناشر الأمريكي (إدوارد ويليس سكريبس E.W.Scripps) قبيل الحرب العالمية الأولى ، عندما أصدر صحيفة (شيكاغو داي بوك Chicago Day Book) وقد ظلت تصدر ست سنوات ، حتى وصل سعر الورق بسبب الحرب ، إلى نقطة أصبح معها

الاستمرار في إصدار الصحيفة مع تحقيق ربح ضريباً من المستحيلات . وكانت محاولته الثانية في مدينة فيلادلفيا ، حيث أصدر صحيفة (فيلادلفيا نيو بوست Philadelphia New Post) ولكن عمر هذه الصحيفة كان أقصر من عمر الأولي . أما المحاولة الثالثة فقد كانت عام ١٩٤٠ عندما صدرت في مدينة نيويورك صحيفة مسائية بإسم (P.M) خالية من الاعلانات . وكانت تنشر علي صفحاتها الأولي ، وفي مواضع أخرى داخلها عبارة « لاتبيع الـ P.M. الاعلانات » واستمرت الصحيفة ست سنوات تصدر بدون إعلانات . ومع أنها كانت ممتازة من الناحية التحريرية ، إلا أنها لم تكن ثمرة هذه الجهود الصحفية ، وخسرت رأسمالها التأسيسي في نهاية العام الأول من عمرها . ولولا أن مارشال فيلد (Marchall Field) وهو من كبار الأثرياء في شيكاغو أخذ يقدم لها إعانات كبيرة ، ثم أصبح من كبار المساهمين فيها ، ثم مالكا لها ، لما استطاعت أن تستمر في الصدور . وبالرغم من ذلك فقد باع هذه التجربة أيضاً بالفشل . واضطرت في نوفمبر ١٩٤٦ بعد ست سنوات من صدورها ، إلي العدول عن هذه التجربة ورضخت لقبول الإعلانات . وأعلنت الـ (P.M.) أنها بعد هذا التاريخ ستتقاضى مقابل الإعلانات بالطريقة المعتادة ، بعد أن أصبحت غير قادرة علي موازنة إيراداتها ومصروفاتها . وجدير بالذكر أن هذه الصحيفة كانت خلال السنوات الست السابقة ، تقوم بنشر ركن خاص يشتمل علي ملخص لأفضل ما تحتويه الصحف المنافسة من إعلانات دون أجر ، وذلك لرغبة القراء في الاطلاع علي الاعلانات .

ثالثاً: الطباعة التجارية ونشر الكتب^(١) :

تستغل المؤسسات الصحفية مطابعها في غير أوقات طباعة صحفها ، في عمليات الطباعة التجارية لحساب الآخرين ، لطبع بعض الكتب ، والمجلات ، والمنشورات ، والمطبوعات الدعائية وغيرها . وهذه العمليات التجارية تدرك علي الدار الصحفية أرباحاً كبيرة ، فضلاً عن أنها لا تترك مطابعها معطلة دون جدي .

وتحرص الصحف علي تنظيم هذه العمليات التجارية ، بحيث لا تتعارض مع العمل الأساسي للمطابع ، وهو طباعة صحف المؤسسة ، وإصدارها في مواقيتها المحددة ، حيث يتم طباعة المطبوعات الأخرى خلال الفترة التي تفرغ فيها المطبعة من إنجاز طباعة صحف المؤسسة .

وهناك سببان رئيسيان جعلتا من عمليات الطباعة التجارية لحساب الآخرين ، مورداً هاماً من موارد المؤسسات الصحفية في عالمنا المعاصر ، الأول هو تفوق مطابع

(١) راجع في ذلك : إدارة الصحف (حسني عبد القادر) مصدر سابق ص ٣٦ و ٣٧ وكذلك المؤسسة الصحفية - مصدر سابق ص ٢٢٨ و ٢٢٩ وكذلك جريدة الأهرام العدد (٢٨٧٨١) بتاريخ ٩ فبراير ١٩٩٣ .

الصحف ، ووفرة إمكانياتها الفنية . والثاني هو اتساع نطاق الأعمال الطباعية نتيجة للتطور الثقافي والإداري في العالم .

وبالنسبة للمؤسسات الصحفية المصرية ، فقد استطاعت أن تجعل من عمليات الطباعة التجارية مورداً يسد جانباً من العجز المالي إذا كانت لا تحقق ربحاً . كما استطاعت هذه المؤسسات أن تتوسع في عمليات الطباعة التجارية ، وأن تضعها في خططها كمورد هام تحرص عليه ، وتزيده عاماً بعد عام . بل مدت بعض المؤسسات الصحفية المصرية نطاق عمليات الطباعة التجارية إلى خارج الوطن ، فأصبحت تتولي مثلاً طباعة الكتب المدرسية لبعض البلدان العربية وما شابه ذلك .

وعلى سبيل المثال ، فقد فصلت مؤسسة الأهرام مطابع صحفها عن مطابعها التجارية ، حيث أقامت مطابع الأهرام التجارية في قليوب ، علي أحدث ماتوصلت اليه التكنولوجيا العالمية في الطباعة . وتم افتتاحها يوم ٢٢ نوفمبر ١٩٨٧ وتضم وحدات هذه المطابع الإنتاجية ، أجهزة لفصل الألوان بأشعة الليزر علي أحدث النظم ، ووحدات لخطوط التجليد بأنواعه المختلفة ، وعمليات بصم الكرتون والأغلفة ، والقمص الالكترونى ، وتلميع أسطح المطبوعات بالورنيش ، والتغليف بالبلاستيك . بالإضافة إلي ماكينات الطبع الملونة ، وماكينات الأوفست ، وماكينات للمغلطات تنتج العبوات الدوائية وأدوات التجميل ، وغير ذلك من الأجهزة الحديثة اللازمة للعمليات الطباعية التجارية .

وفيما يتعلق بعملية نشر الكتب . فإن المؤسسات الصحفية المصرية ما زالت تعتبرها من أوجه النشاط الهامشية ، ولعل ذلك يرجع إلي اختلاف طبيعة نشر الصحف عن طبيعة نشر الكتب . وبالرغم من ذلك فإن دار أخبار اليوم ، ودار الهلال ، ودار روزاليوسف تصدر كل منها كتاباً دورياً ، وتقوم بنشر القليل من الكتب بين الحين والآخر ، كما تنشر الأهرام بعض الكتب التي تصدرها مراكز أبحاثها ، ومؤلفات كبار الكتاب مثل توفيق الحكيم ، ومحمد حسنين هيكل ، وإحسان عبد القدوس ، وغيرهم من كبار المفكرين و الكتاب .

ولا شك أن الموارد المالية من الطباعة التجارية لحساب الآخرين ، ونشر الكتب ، تمثل نسبة من الدخل تساعد علي انعاش المؤسسات الصحفية مالياً واقتصادياً . وتزيد بالتالي من قدرة الدار الصحفية ، وتجعلها أقدر علي الإنفاق في تحسين التحرير والإخراج والطباعة .. الخ .

رابعاً: العمليات الخاصة بتشغيل بعض أجهزة الصحيفة لحساب الآخرين^(١):

وتتمثل هذه العمليات مورداً جديداً في الموارد المالية للصحف ، أتاحة استخدام الدور الصحفية لإجهزة ومعدات عصرية ، لا تتوافر إلا للمؤسسات الصحفية الكبرى ، مثل الحاسب الآلي (الكبيوتر) والميكروفيلم ، وما شابه ذلك . وأساس الاستفادة من هذه الأجهزة هو الوقت الفائض عن حاجة المؤسسة ، إلى جانب الخبرات التي اكتسبها العاملون في هذا الميدان .

وتعتبر مؤسسة الأهرام المصرية ، صاحبة السبق والريادة في هذا المجال في العالم النامي . حيث أنشأ الأهرام عدداً من المراكز المتخصصة منها : مركز الأهرام للإدارة والحاسبات الالكترونية في عام ١٩٦٨ ويقوم بالعمليات المحاسبية ، ليس للأهرام فقط ، بل للشركات الأخرى . فهو يقوم بأعداد الأجور ، والأرباح ، والضرائب ، ومراقبة المخزون ، وعمليات تخطيط الإحتياجات ، وعمليات التدريب للأفراد والهيئات . وكذلك البحث العلمي مع الجامعات ومراكز البحث . كما بدأ مركز التنظيم والميكروفيلم نشاطه مع بداية مارس ١٩٦٩ لتنظيم الوثائق والمعلومات وتسجيلها . وقام بتسجيل أعداد جريدة (الأهرام) منذ صدورها عام ١٨٧٦ علي الميكروفيلم . كما سجل الدوريات الأخرى التي يصدرها الأهرام . وانتقل نشاطه لتسجيل الوثائق والمعلومات لكثير من الشركات والهيئات والمؤسسات . وقد إعتمدته الأمم المتحدة ووكالاتها المتخصصة لترجمة وثائقها ودراساتها . ويعد المركز لتنفيذ بنك المعلومات الصحفية لخدمة الأهرام والهيئات ، والأفراد ، وإعدادهم بما يحتاجونه من معلومات .

خامساً: بيع المرتجعات من نسخ الصحيفة ومخلفات الطباعة^(٢):

ومن الموارد المالية للصحيفة كذلك ، وخاصة في دول العالم النامي ، الإيرادات الناشئة عن بيع المرتجعات (Returns) من نسخ الصحيفة ، وكذلك الإيرادات الناشئة عن بيع الدشت (Waste paper) المتخلفة عن طباعة الصحيفة . ولهذين العنصرين وضع خاص في صحافة الدول النامية ، ومن بينها مصر ، نظراً لارتفاع سعر الورق في السوق المحلية .

(١) المؤسسة الصحفية / مصدر سابق ص ٢٢٩ وكذلك الأهرام العدد (٢٨٧٨١) في ٩ فبراير ١٩٩٣ .

(٢) المصدر الأول السابق ص ٢٠٢ و ٢٠١ وكذلك إدارة الصحف (صليب بطرس) مصدر سابق ص ١٣٦ .

وبالنسبة للشدت المتخلف عن عمليات الطباعة ، فإنه يتم بيعه بين الحين والآخر ، حتي لا يتكلف الاحتفاظ به في المخازن أكثر من ثمنه .

والمرتجعات كلمة يعني بها في مجال الصحافة ، النسخ التي لا تباع من الصحيفة ، لأن النسخ التي تطبعها الصحيفة لا تباع عن آخرها . وهذا العدد من المرتجع ينبغي ألا يزيد في المتوسط عن ١٥٪ من إجمالي النسخ المطبوعة حتي يكون التوزيع إقتصادياً ، وعلي العموم كلما توغلت الصحيفة في القدم ، ورسخت أقدامها في السوق ، أمكن التحكم في نسبة المرتجعات . ويتم بيع المرتجعات من الصحف في معظم البلدان النامية بالزاد ، لإستخدام ورقها في لف السلع والبضائع وغير ذلك ، وفي البلدان المتقدمة صناعياً يتم إعادة تصنيع المرتجعات ورقاً جديداً .

وقد سميت المرتجعات بهذا الاسم ، نظراً لأن متعهدي بيع الصحف ، لهم الحق في إعادة النسخ التي لا تباع إلي إدارة الصحيفة . وبهذه الطريقة لا يلتزم هؤلاء المتعهدون تجاه الصحيفة ، إلا بثمن النسخ التي تباع فعلاً مما يتسلمونه . وإذا كان هذا هو الأسلوب الذي جرت العادة علي اتباعه في مصر ، وغيرها من دول العالم النامي ، فإن معظم بلدان أوروبا وأمريكا يجرى العمل فيها علي غير ذلك ، حيث تعتبر الكميات المسلمة للمتعهدين ، وكأنها بيعت لهم بيعاً قطعياً . وعلي هذا الأساس لا يقبل منهم إعادة النسخ التي لا يتم بيعها إلي جهاز التوزيع .

انتهينا فيما سبق من هذا المبحث الأول ، من الحديث عن جانب الصحافة في الصحافة ، أي ما يتصل بالصناعة والتجارة في معنى الصحافة (يكسر الصاد) والذي يندرج ضمن القطاع الإداري بالصحيفة .. ويبقى الجانب الآخر من نفس المعنى ، وهو الخاص بالمهنة ، أي ما يتصل بالأشخاص الذين اختاروا مهنة الصحافة ، للقيام بكافة الفنون الصحفية ، وذلك ضمن إطار قطاع التحرير الصحفي .. وهذا هو موضوع المبحث التالي ..

* * *

المبحث الثاني

المهنة في الصحافة

يتناول هذا المبحث - في أربعة مطالب - الحديث عن جانب المهنة في معنى الصحافة (يكسر الصاد) وهو الجانب الثاني من هذا المعنى، ويتصل بالأشخاص الذين اختاروا مهنة الصحافة ويقومون بكافة الفنون الصحفية في الجرائد والمجلات .. ويختص المطلب الأول بأهم الأشخاص من الصحفيين العاملين في قطاع التحرير بالجريدة .. والمطلب الثاني يختص بأهم الأشخاص العاملين في قطاع التحرير بالمجلة .. والمطلب الثالث يستعرض طريقة سير العمل في جهاز التحرير بكل من الجريدة والمجلة . والمطلب الرابع يقدم تطبيقات من الصحف المصرية .

* * *

إن قطاع التحرير هو الركن الأول في تكوين الصحف (جرائد ومجلات) وإخراجها ، والأساس في نجاحها ، ورواجها ، وسعة إنتشارها . ولولا التحرير ما كان هناك صحف ، لأن الصحف في الأصل تصدر من أجل أن تقرأ ، وتؤدي وظائفها في خدمة المجتمع . حتي الصحف التي تصدر من أجل الهدف الإعلاني فقط ، تضم موضوعات تحريرية لتساعد علي قراءة الإعلان ، وتحاول جعل بعض الإعلانات تحريرية ، أو غير مباشرة ، تحمل أعلاماً يقنع القارئ بالشراء . فالصحيفة هي التحرير أولاً ، وكل نجاح تحققه إنما هو نتيجة لجودة التحرير ونجاحه . فعلي قدر ما يكون في الصحيفة من تقدم في فن التحرير الصحفي ، يكون رواجها وإنتشارها بين الناس ، ويكون نجاحها في تبليغ رسالتها .

وعلى العموم فإن جودة التحرير الصحفي في الصحيفة ، فناً ، ومادة ، وحسن عرضها للموضوعات ، والدقة في تناولها ، وقدرتها علي تغطية جوانب الحياة الإنسانية في أبعادها المختلفة ، كل هذا يضمن للصحيفة البقاء ، والإستمرار في الصدور ، والتطور ، والرواج ، ويزيد من عدد قرائها يوماً بعد يوم ، ويكسبها سمعة طيبة ، وثقة بشخصيتها في الداخل والخارج . وهذا مما يؤكد أن قطاع التحرير في الصحيفة ، هو العمود الفقري فسي وجودها ، وعلي أساس ما يكون في فن التحرير الصحفي من قوة ، تكون قوة جميع الأقسام الأخرى في الصحيفة .

ويشمل قطاع التحرير عمل كل صحفي في قطاع التحرير ، وواجب كل صحفي يعمل من أجل جمع وإعداد كل كلمة أو صورة أو رسم ، تطبع في الصحيفة ، إلا ما يتعلق منها بالإعلانات ، لأن كل أو معظم ما ينشر كأعلانات تحريرية إنما يأتي مباشرة من قسم الإعلانات بالصحيفة .

ويضم قطاع التحرير كل الذين يكتبون المقالات الافتتاحية ، والتعليقات المختلفة ، والذين يجمعون الأخبار ، والذين يعيدون كتابة المادة الصحفية وصياغتها صياغة صحفية سليمة ، أو يراجعون ما ليس في حاجة إلي إعادة صياغة ، والذين يتلقون المادة الصحفية من الخارج ويعيدونها للنشر . والذين يكتبون التحقيقات الصحفية ، أو يجرون الأحاديث الصحفية ، أو الموضوعات الرئيسية . وكذلك الذين يقومون بتصحيح البروفات ، و الذين يقومون بتصوير الأحداث ، والرسامين الذين يعدون الرسوم المختلفة ، وكذلك الجهاز الذي يحمل علي عاتقه مهمة إخراج الجريدة بصورة جذابة تفتح الشهية لقراءة الصحيفة بون تعب^(١) .

وتتعرض المطالب الثلاثة التالية لأهم هؤلاء الصحفيين وأعمالهم والشروط الواجب توافرها فيهم .. إلخ للنجاح في أداء مهمتهم على خير وجه .

* * *

(١) من الخبر إلى الموضوع الصحفي - مصدر سابق ص ٣٢ وكذلك الصحافة (إجلال خليفة) مصدر سابق ص ٦٥ و ٦٦ وكذلك إدارة الصحف (مليبي بطرس) مصدر سابق ص ٥٣ .

المطلب الأول

جهاز التحرير في الجريدة

نتحدث في هذا المطلب عن أهم الصحفيين العاملين في قطاع التحرير بالجريدة ، والذين يتعلق عملهم بالمادة الصحفية في شتى مستوياتهم ومستوياتهم ، من أول رئيس التحرير على قمة الجهاز الصحفي ، إلى المندوب الصحفي المبتدئ الذي يخطو خطواته الأولى في عمله الصحفي .

* * *

ولكن من الذي يربط ويوفق وينسق الأفكار التي تدور بين هذه الرؤوس جميعاً ، والإنتاج الضخم الذي يتولد عن تفكيرها ؟؟

لقد أوضحنا في المبحث الأول السابق ، أن الربط بين أجزاء الدار الصحفية الأساسية ، بما فيها من تحرير وإدارة ، هو من مهام صاحب الدار الصحفية ، أو الناشر ، أو مدير عام المؤسسة الصحفية ، أو رئيس مجلس إدارتها أو ما شابه ذلك . وهذا الربط كما أوضحنا من قبل ، يدخل في نطاق العمل الإداري بالصحيفة .. أما مهمة الربط بين الأقسام الفرعية التي يتكون منها قطاع التحرير ، فهي من المهام الأساسية للقلب النابض ، والرأس المفكرة والمديرة وراء هذا الجهاز الصحفي ، ونعني به رئيس التحرير ..

(١) رئيس التحرير (Editor in chief (Redaction en chef)

رئيس التحرير هو العقل المفكر ، والقلب النابض الذي يدفع بالصحيفة إلى الأمام ، ويوجهها التوجيه السليم ، مع الحرص على إيجاد التوازن بين كيان الصحيفة المادي ، وكيانها الأدبي والإستقلالي . ويجب أن يتمتع بعدة مواصفات ، وتتوافر فيه بعض الشروط لكي ينجح في عمله ، ومنها ما يلي :-

(١) راجع في ذلك كتب : من الخبر إلى الموضوع الصحفي - مصدر سابق ص ٢٢ وكذلك جلال الدين الحامص / الصحيفة المثالية (القاهرة- دار المعارف-١٩٧٢) ص ١٧٧ - ١٨١ وكذلك الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١٥٦ و ١٥٧ وكذلك مدخل في علم الصحافة - مصدر سابق ص ٥٩ وكذلك خليل صابات (الصحافة) - مصدر سابق ص ١٢١ و ١٢٢ .

(أ) رئيس التحرير هو الذي يقوم بالدور الأول والأساسي في رسم سياسة الصحيفة واتجاهها ، ويقع علي عاتقه مهمة تنفيذ هذه السياسة ، حيث أنه يشارك في رسم سياسة الجريدة منذ المراحل الأولى لأنشائها ، ويتناقش فيها مع أعضاء مجلس الإدارة ، أو مع اللجنة التي تقولي الإشراف عليها ، ثم عليه أن يشرح لمعاونيه وبقية العاملين في الجهاز الصحفي خطوط هذه السياسة ، ومبادئها ، بحيث يستطيع الكل فهمها وقبولها بمحض رغبتهم .

(ب) رئيس التحرير يمثل بالفعل لا بالقول ، الشخصية المحركة لكل أداة تحريرية بالجريدة ، تحريكاً نابعاً من شخصيته وفكره . ويعامل العاملين معه علي قدم المساواة وفق مصلحة العمل . ويجب أن يكون ممن عركوا المهنة ، ويعرف مداخلها ، وطبيعة عمل كل فرد ، وبذلك يكون قولاً وعملاً « رب الدار » .

(جـ) يجب أن يكون رئيس التحرير ، ذا قدرة علي العمل الدائب الطويل ، ويعيش مع جهازه الصحفي أطول فترة ممكنة ، ويشعرهم أنه معهم بفكره ، وتوجيهاته ، وتعليماته المستمرة ، ويتيح لهم فرصة التحدث إليه واستشارته في الأمور العاجلة ، ويهتم بما يكتبون ، ويهنئهم علي ما يستحق التهنئة ، ويوجههم إن احتاجوا إلي توجيه .

(د) رئيس التحرير يحرك ويقود جميع العاملين في القطاع الصحفي ، ويختار كبار معاونيه ، من مساعدي رئيس التحرير ، وسكرتيري التحرير ، ورؤساء الأقسام ، وكبار الكتاب والمحريين ، لأن نجاحه في عمله يتوقف إلي حد كبير ، علي حسن اختياره لهؤلاء معاونيه ، وتحديد أختصاصاتهم ، مع الحرص أن يكون لكل منهم حرية الحركة وفقاً لهذه الأختصاصات ، وللسياسة العامة للصحيفة ، وما يتطلبه طبيعة الحدث الصحفي .

(هـ) ولما كانت المسئولية الصحفية كلها واقعة عليه ، حتي ما ينشر في الصحيفة دون علمه ، فيتحتم عليه ألا يسند إلي معاونيه السابق ذكرهم أي عمل في الصحيفة ، إلا بعد أن يختبرهم تماماً ليكونوا موضع ثقته . وهيئة التحرير الناجحة ، هي الهيئة التي تكون فيها الثقة متبادلة بين المحريين جميعاً .

(و) ليست مهمة رئيس التحرير أن يكتب فقط ، بل أن يجعل غيره يكتب أيضاً . وهذه مهمة شاقة تحتاج إلي كثير من الاستعداد ، وأحياناً يكتب رئيس التحرير المقال الافتتاحي المعبر عن رأي الصحيفة في الأحداث الداخلية والخارجية ، ويقوم في حالات كثيرة بكتابة أهم ما ينشر بالصحيفة ، وإقتراح أفكار العديد من الموضوعات علي أقسام التحرير ، ويوجه المحريين إلي تغطية مواد صحفية معينة ، يري أهميتها لقراء الجريدة ، باعتباره يملك الرأي الأخير فيما تنشره الصحيفة .

(ز) لابد أن تتوفر في رئيس التحرير القدرة علي التصرف السليم الحكيم الصائب ، علي المواد الصحفية المعروضة عليه ، وتقييمها التقييم الصحيح . إذ ينبغي أن يكون له إحساس بكل تلك المواد الصحفية ، وأثرها علي النواحي الاقتصادية ، والسياسية ، والإجتماعية ، ومهما كانت النية التي ينشر بها المادة الصحفية حسنة ، فإن هذا لا يعفي رئيس التحرير من المسئولية ، باعتباره المسئول الأول أمام القانون وجهات الاختصاص في الدولة ، عن كل ما ينشر في الصحيفة وذلك نيابة عن الناشر ، أو المدير العام ، أو رئيس مجلس الإدارة .

(ح) يجب أن يكون رئيس التحرير ملماً بقواعد الإدارة الصحفية ، بالإضافة إلي تمتعه بموهبة القيادة . ومن الواجب عليه أن يوفر جواً ملائماً بين المحررين ، فأحياناً يحدث أن تصطم الشخصيات الصحفية القوية مع بعضها البعض ، فيسود هيئة التحرير جو خائف تضطرب فيه أمور الصحيفة ، لولا حكمة رئيس التحرير ، ومرونته ولباقته ، وحسن قيادته فيبادر بوضع الأمور في نصابها . وعليه ألا يكون ليناً فيعصر أو صلباً فيكسر .

(ي) وعمل رئيس التحرير يستلزم فيه أن يكون مثقفاً ثقافة عالية ، شاملة ، متعمقة في مجالات عديدة . إذ لا يكفي أن يكون متعلماً ، وإنما ينبغي أن يكون علي دراية ، وخبرة ، وتجربة ، وعلم ، وأن يكون ملماً بثقافات متنوعة في فروع مختلفة . كما ينبغي أن يجيد بعض اللغات الأجنبية ، تمكنه من قراءة الصحف الأجنبية والأطلاع علي ما تنشره . وهذا مما يخدمه في عمله إلي حد بعيد ، لأختيار ما يصلح للنشر في صحيفته ، أو الرد علي الصحف ، إذا كانت تتناول ما يهم صحيفته ، أو البلد الذي تصدر فيه الصحيفة . إلخ .

(ك) يجب أن يجيد رئيس التحرير إستخدام الوثائق ، والمراجع في سهولة وسرعة . وملماً بالأساليب المختلفة التي يمكن بواسطتها الحصول علي المعلومات من مصادرها الصحيحة . كما يجب أن تكون له صلات متعددة متينة بكبار الشخصيات المرموقة التي يرد ذكرها في الأخبار ، وفي كل مكان يمكن أن تتبع منه الأخبار .

(ل) وأخيراً .. فإن ميزان التقدير لرؤساء التحرير ، قد يختلف من بلد إلي آخر ، أو من صحيفة إلي أخرى ، لكن النتيجة في النهاية واحدة ، هي أن يقف رئيس التحرير علي قمة جهاز متماسك ، متشابك ، مدعوم بإنتاج صحفي سليم . وليست العبرة بالمظهر الخارجي لأي صحيفة ، إنما العبرة بما يجري في الداخل ، وما يحس به كل فرد نحو بيئته الثاني .

وقد جرت عادة العمل في كثير من الصحف الكبرى ، علي أن يكون إلي جانب رئيس التحرير مساعدون ، ونواب ، ومديرو تحرير ، يتوقف عددهم علي قيمة

الصحيفة ، وعدد محرريها ومندوبيها ، وسعة انتشارها ، أما في بعض الصحف الصغيرة ، فإن رئيس التحرير يقوم بالعمل من غير مساعدين ونواب ، وإلى جانبه مدير التحرير .

(٢) مساعد (نائب) رئيس التحرير^(١)

Assistant Editor; Sub Editor

مساعد رئيس التحرير ، مثل نائب رئيس التحرير . فبعض الصحف تحب أن تطلق على مساعد رئيس التحرير لقب نائب ، وعلى أي حال فإن مساعد أو نائب رئيس التحرير يلي رئيس التحرير من حيث التدرج الوظيفي والمسئولية . وهو همزة الوصل بين رئيس التحرير ورؤساء الأقسام . ويقوم بعمل رئيس التحرير في غيابه ، بحيث يكون مسئولاً عن أقسام الأخبار وغيرها ، والمظهر التحريري العام للصحيفة ، حتي يصبح عملاً صحفياً بين يدي القارئ .

(٣) مدير التحرير^(٢) Managing Editor

ينوب عن رئيس التحرير في تحريك أقسام معينة من أقسام التحرير بالجريدة . ويكون مسئولاً عن سياسة التحرير من قبل رئيس التحرير ، وإخراج المادة التحريرية بالشكل المتفق عليه . أي متابعة التعليمات التي اعتمدت في مجلس التحرير الذي يعقد صباحاً ومساءً . أو يرأس اجتماعات التحرير نيابة عن رئيس التحرير .

ومدير التحرير يختار ما ينشر في الجريدة ، ويستبعد ما لا يستحق النشر من مجموع المادة الصحفية ، التي تقدمها أقسام التحرير بالجريدة ، ويحدد مكان الأخبار ، والموضوعات علي صفحات الجريدة ومساحتها حسب أهميتها . ويشرف علي إختيار مانشيتات الجريدة ، وعناوين الأخبار والموضوعات الهامة ، ويوافق علي الصور المرفقة بها .

ويجب أن تتوفر في كل من مساعد ، أو نائب ، أو مدير التحرير ، عدة صفات منها : أن تكون له خبرة طويلة بالعمل في الجريدة ، ومارس العمل في جميع أقسامها ، ليكون علي علم تام بطبيعة عملها جميعاً . وله مصادر عديدة وخاصة بين كبار الشخصيات المرموقة التي تنبع من عندها الأخبار ، وتتوفر لديها المعلومات الصحيحة ، حتي يمكنه التأكد من أي مادة صحفية يشك في صحتها من التي تأتيه من أقسام التحرير المختلفة . وأن يكون علي قدر كبير من الثقافة المتعمقة المتنوعة ، والتي تمكنه من الحكم علي المادة الصحفية التي ترد إلي الجريدة ، وقادراً علي قيادة وتحريك العمل الصحفي اليومي بالجريدة .

(١) الصحافة ... (إجلال خليفة) مصدر سابق ص ٦٦ .

(٢) نفس المصدر السابق .

(٤) سكرتير التحرير (١) :

يوجد نوعان من سكرتيري التحرير في الجريدة : الأول هو سكرتير التحرير المراجع ، الذي يكون عمله في مجال كتابة المواد الصحفية ، ومراجعتها ، وإعادة صياغتها . والثاني هو سكرتير التحرير الفني ، الذي يتعلق عمله بالإخراج الصحفي ، والنواحي الفنية والطباعة .

أولاً : سكرتير التحرير المراجع : Sub Editor

إذا كانت مهمة رئيس التحرير ، ونوابه هامة إلى حد كبير ، فإن مهمة سكرتير التحرير المراجع - الذي يجهله القراء - هي الأخرى هامة ، فهو بمثابة قلب الصحيفة الذي تصب عنده كل المادة الصحفية ، التي ترد من مختلف أقسام التحرير بالصحيفة قبل أن تأخذ طريقها إلى المطبعة ، باعتباره حلقة الوصل بين قسم التحرير والقسم الفني وبين الفروع المختلفة بقسم التحرير ، وذلك لتتقيتها من الشوائب ، وتصحيح الأخطاء التي تقع في الصياغة أو في المعلومات ، ومراجعة ما يحتاج إلى مراجعة ، وإعادة كتابة المادة الصحفية التي تحتاج إلى إعادة صياغة ، وخاصة تلك التي ترد من المنوبين والمحريين الجدد أو محدودي الموهبة . كما يتولى أيضاً وضع العناوين الرئيسية والفروع ، أو تعديلها ، وكتابة مقدمات جيدة للأخبار ، والموضوعات الصحفية المختلفة إذا لم تكن متوفرة فيها . وكل ذلك لتخرج المادة الصحفية من عنده في قالب صحفي السليم ، وتصل إلى القارئ في الصورة المقبولة ، الواضحة ، البسيطة ، السهلة ، الخالية من الأخطاء في الصياغة والمعلومات .

ولكل صحيفة سكرتير للتحرير ، له دور رئيسي في إنجاز الصحيفة ، أو أكثر من سكرتير تحرير . حسب أهمية الصحيفة ، وفي حالة وجود عدده من سكرتيري التحرير ، فإن العمل يوزع فيما بينهم ، ويرأسهم سكرتير عام التحرير .

ولأهمية الدور الذي يقوم به سكرتير التحرير المراجع في الصحيفة ، فإنه تشترط فيه عدة صفات وأبعاد هامة منها :-

(١) أن يكون متمرساً في العمل الصحفي في أكثر مجالات نشاط الصحيفة ، وأن يكون قد مارس العمل في أكبر عدد من أقسام التحرير بالصحيفة ، حتى يكون مدركاً لطبيعة العمل في كل قسم من أقسامها .

(١) راجع في ذلك كتب إبراهيم إمام / دراسات في الفن الصحفي (القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٢) ص ٢٤٣ - ٢٤٦ والصحافة .. (خليل صبايات) مصدر سابق ص ١٢٢ - ١٣٠ وكذلك الصحافة المثالية - مصدر سابق ص ١٠٢ و ١٠٣ وكذلك الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١٦١ - ١٦٣ والصحافة .. (إجلال خليفة) مصدر سابق ص ٦٩ وكذلك مدخل في علم الصحافة - مصدر سابق ص ٦٠ و ٦١ .

(ب) لم يعد من مهامه مجرد مراجعة الأخبار ، ومختلف المواد الصحفية ، من الناحية اللغوية ، أو من ناحية انطباقها مع الصياغة الصحفية السليمة ، بل أصبح الأمر أيضا يتطلب معرفة ما إذا كان الخبر يستحق مزيداً من التفسير أو الربط بوقائع سابقة ، وماهي هذه الوقائع ، ومن أين يحصل عليها ، وكيف يختص بها الخبر دون أن يتأثر الوقائع بالبحث ؟ .

(ج) أن يكون مالكا لثروة لغوية واسعة ، وله القدرة علي إعادة صياغة مختلف المواد الصحفية ، التي تحتاج إلي إعادة صياغة ، وكتابة الكلام المصاحب للصورة ، وأن يكون أيضا موهوبا في إختيار المانشيتات ، والعناوين الصحفية التي تجذب القارئ ، بالإضافة إلي موهبة كتابة المقدمات الصحفية الناجحة ، والربط بين فقرات المادة الصحفية من أولها إلي آخرها .

(د) أن يكون ذا عين نافذة تمكنه من التمييز بين المادة الصحفية الجيدة ، الصالحة للنشر ، وبين المادة الصحفية الرديئة التي لا تصلح للنشر . ويكون في اختياره لنوع المادة الصحفية الصالحة للنشر ، قادراً علي فهم مضمونها ، وأبعادها ، وربطها بما سبق نشره ، إذا كانت هذه المادة الصحفية متابعة لما سبق نشرها ، لأن ربط المادة الصحفية بالأجزاء الأساسية القديمة ، أمر حيوي بالنسبة لأحياء ذاكرة القارئ ، وتنشيطها وتمكنه من أن يربط ويقارن في سهولة ويسر .

(هـ) أن يضع نفسه مكان القارئ دائماً ، ليعرف ماذا يهم القارئ ، وما يجب عمله ليعطي القارئ ما يريد من الوهلة الأولى دون أن يضيع وقته في البحث . ومن هنا يجب عليه إعطاء القارئ المادة الصحفية التي تهمة .

(و) أن يتمتع بثقافة واسعة ، عميقة في أكثر نشاط مجالات الصحيفة ، حتي يتمكن من إستيعاب الأخبار والموضوعات التي يعيد كتابتها ، وحتى يستطيع أن يستكمل أي نقص في المعلومات التي يجب أن تتضمنها المادة الصحفية ، التي يقوم بإعدادها للنشر في الصحيفة .

(ز) أن يكون متفذاً لسياسة الصحيفة العامة ، في إبراز النواحي التفسيرية وحقق مقدمة الأخبار بها ، بحيث يعد القارئ للاتجاه المسيطر علي الأخبار إعداداً ذهنياً وفكرياً .

(ح) أن يكون ملماً بمضمون جميع المواد الصحفية التي تجمعت لديه ، حتي يستطيع أن يدرك في شكل متواصل ، أن ليس هناك تعارض بين الأخبار وبعضها الآخر . فإذا لم يكن علي علم بذلك ، فإنه يعرض الصحيفة للوقوع في بعض الأخطاء ، ونشر أخبار متعارضة .

(ى) أن يكون متمتعاً بثقة الجميع ، ولا يكون متحيزاً لصحفي دون آخر ، وإنما يكون مقياسه قيمة العمل الصحفي فقط .

(ك) أن يكون قادراً علي تطبيق خريطة العمل ، التي يقرها مجلس التحرير في اجتماعاته الصباحية والمسائية . وأن يكون مرناً في تصرفه وتحركه إزاء تطورات الأحداث الجديدة ، والتي قد تقلب هذه الخريطة رأساً علي عقب .

ثانياً : سكرتير التحرير الفني : Layout Assistant

يختص بعملية الإخراج الصحفي ، وهو حلقة الوصل بين جهاز التحرير من جهة وبين أقسام الطباعة من جهة أخرى ، حيث ترد إليه كل المواد الصحفية من سكرتير التحرير المراجع ، بعد إعدادها للنشر ، لوضعها في صفحات الجريدة المختلفة . ويشرف علي أعمال المصححين الذين يتولون مهمة تصحيح المادة الصحفية من الأخطاء المطبعية : كذلك فإن سكرتيرية التحرير الفنية هي التي تشرف علي المطبعة ، بما في ذلك قسم الجمع والتوضيب وقسم الحفر .. إلخ . كما أنها همزة الوصل بين قسم الإعلانات وأقسام التحرير في الجريدة .

وسكرتير التحرير الفني في الصحف المصرية مسئول عن إخراج الصفحات من حيث الشكل فقط ، ولا دخل له علي الإطلاق في المواد الصحفية المختلفة . ولا يقرأ ما يقوم بإخراجه ، وليس من حقه إختصارها ، أو كتابة عناوين رئيسية أو فرعية لها ، إلا في الحالات الطارئة والعاجلة فقط ، ولا يكتب كلام الصور . وبصفة عامة لا دخل له في عملية الكتابة والصياغة الصحفية . ومهمته الأساسية هي عمل ماكيت للصفحات المختلفة ، وهو وضع مشروع الجريدة مرسوماً بالحجم الطبيعي ، وإختيار مواضع الصور والرسوم والمادة الصحفية ، والعناوين ، وتحديد مساحتها ، ثم يقوم بتنفيذ هذا الرسم في قسم التوضيب في المطبعة .

وسكرتير التحرير الفني بذلك يشكل المادة الصحفية بالصورة المنسقة الجذابة ، التي تشجع علي القراءة ، فتجعلها سهلة في متابعتها ، ومريحة للعين في مظهرها ، ومتراصة في أخبارها ، وموضوعاتها المتقاربة في مضمونها . فالصحيفة تصدر ليقرأها الناس ، وكلما سهلت عملية القراءة ، كان ذلك دليلاً علي نجاح الإخراج الصحفي . والهدف الأساسي للإخراج الصحفي هو الوصول إلي صفحة يسودها التوافق ، والأنسجام ، بحيث تريح النظر ، وتساعد القارئ علي مواصلة القراءة .

وفي الصحف المصرية الكبرى ، غالباً ما يوجد لكل صفحة من صفحات الجريدة ، سكرتير تحرير فني متخصص في توضيبها وتنفيذها . ويرأس سكرتيرية التحرير الفنية سكرتير عام التحرير ، ويعاونه سكرتيرو التحرير الفنيون ومساعدوهم .

وسكرتير التحرير الفني يجب أن تتوفر فيه عدة صفات أساسية منها :-

(أ) أن يتمتع بقدر ملحوظ من الثقافة الصحفية العامة الواعية ، التي تمكنه من أن يكون على إبداع تام بما يجرى في الداخل والخارج . ذلك لأنه القادر على أن يجعل حرف المطبعة ناطقاً بالمعنى المقصود .

(ب) أن يتمتع بالذوق الصحفي الفني ، والموهبة التشكيلية التي تمكنه من رسم الصفحات ، بالشكل الذي يجذب القارئ ، ويثير إهتمامه ، ذلك لأن عملية الإخراج الصحفي عملية ربط جميل بين العنوان والصورة والمضمون . وما لم يتحقق التناسق الجميل بينها جميعاً ، فإن جذب القارئ إلى قراءة المادة الصحفية لا يقتصر فقط على أنها مادة مطلوبة ، بل إن الطلب في كل الحالات يجب أن يكون مشجعاً له العرض الجيد ، ولا يتحقق ذلك إلا بتوفر الذوق الصحفي الفني ، في كل من يعمل في سكرتيرية التحرير التنفيذية الفنية .

(ج) أن يكون ذا جس صحفي يُمكنه من اختيار المكان ، والمساحة بالشكل المناسب لنشر كل المادة الصحفية ، مراعيًا في ذلك الإختيار طبيعة إهتمامات قراء الصحيفة . كما أن هذه الناحية الصحفية تقوده إلى التصرف السريع ، في الحالات التي لا تتوفر فيها المشورة السريعة ، ممن يتولون المسؤولية الرئيسية في الصحيفة .

(٥) المحرر المراجع^(١) : Rewriter

جرت العادة في الصحف المصرية وبعض الصحف العربية وغيرها ، أن يكون في كل صحيفة جهاز كامل للمراجعة وإعادة الصياغة ، يتبع رئيس التحرير مباشرة ، ويعمل تحت الإشراف المباشر لسكرتير التحرير (المراجع) . ويختص العاملون في هذا الجهاز بمراجعة المادة الصحفية الواردة من مختلف الأقسام في الصحيفة ، مراجعة دقيقة تحرص على تلافي الكثير من الأخطاء في اللغة والمعلومات ، وتعيد صياغة ما يحتاج إلى إعادة صياغة ، وذلك قبل إرسال تلك المادة الصحفية إلى المطبعة .

وإذا كانت بعض الصحف تعتمد على قسم واحد للمراجعة ، فإن البعض الآخر يخصص لكل قسم مراجعاً خاصاً به ، يعاون رئيس القسم في عمله ، وفقاً لتوجيهاته وإرشاداته . وفي هذه الحالة تخصص مجموعة أخرى من المحررين المراجعين ، لتكون إلى جانب رئيس التحرير أو مساعده أو نائبه لإعادة الصياغة أو القيام بمهمة ربط الأخبار ، الواردة من الأقسام المختلفة ، ولكنها ذات صلة مباشرة ببعضها .

(١) راجع في هذا الصدد كتب : إستقاء الأنباء فن / صحيفة الخبر (ترجمة وديع فلسطين) [القاهرة - دار المعارف ١٩٦٠] ص ٣٦٣ - ٣٦٩ وكذلك الصحيفة المثالية - مصدر سابق ص ١٦٤ - ١٦٦ وكذلك الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١٧٩ و ١٨٠ وكذلك من الخبر إلى الموضوع الصحفي - مصدر سابق ص ٤٧ و ٥٨ و ٥٩ .

ولقد شبه البعض عمل المحررين المراجعين ، بالآلة التي تقوم بصقل الماس ، وقطعها في دقة وعناية ، بحيث تحافظ عليه ولاتشوهه ، بل إنها قد تعطيه شكلاً أروع من شكله الأصلي . بالإضافة إلى أن هؤلاء المحررين المراجعين ، يعتبرون عصب الصحيفة ، لأنهم يحفظون توازن الأسلوب فيها ، ويجعلونه متجانساً ومتناسقاً . ويجعلون لها لهجة أو لغة واحدة لا نشاز فيها . كما أنهم لا يستطيعون أن يكتبوا موضوعاً جيداً من مادة رديئة غير متكاملة ، ولكنهم يستطيعون أن يكتبوا موضوعاً جيداً من مادة متكاملة ، ومعلومات وافرة ، عيبها الوحيد أنها كتبت بطريقة رديئة فقط .

ولكي تتحقق مهمة المحرر المراجع علي الوجه الأقرب إلى الكمال ، يجب أن تحرص الصحيفة علي اختيار العاملين في هذا الجهاز ، من بين أفضل الصحفيين الذين يتمتعون باستعداد خاص لهذا العمل ، ويُفضّل المثقفون ثقافة واسعة في مختلف مجالات نشاط الصحيفة ، والذين علي دراية واسعة بالقانون ، ذوي التجربة الصحفية الواسعة ، الذين مارسوا العمل من قبل كمندوبين أو محررين ، حتي يأتي عملهم من واقع التجربة والخبرة ، اللتين تحولان نون الوقوع في الأخطاء ، خاصة وأنهم آخر من تصل إليهم المادة الصحفية ، لوضعها في صيغتها النهائية قبل نشرها . فهم في الصحيفة بمثابة صمام الأمان أو (المصفاة) التي تنقي كل الشوائب التي تلحق بالمادة الصحفية ، فيما يتعلق بالمعلومات واللغة ، أو التي تعرض الصحيفة للوقوع تحت طائلة العقاب قانونياً ، إلي غير ذلك من الأخطاء . وهكذا نجد أن المحرر المراجع يقوم بدور تأميني بالنسبة لكل المادة الصحفية التي تنشرها الصحيفة .

والعاملون في جهاز المراجعة وإعادة الصياغة نوعان :-

(١) محررون مراجعون للأخبار التي تنشر عادة علي عمود أو أكثر : ويقومون بالتركيز علي الصياغة الصحفية السليمة ، التي يجب أن يقدم بها الخبر للقراء مستكملاً لكل عناصره ، خالياً من كل الشوائب والأخطاء في المعلومات واللغة . وقد يتطلب الحصول علي الصياغة السليمة ، إعادة كتابة الخبر كله مرة أخرى . كذلك يركزون علي إختيار العناوين الجيدة المناسبة لكل خبر ، حسب المساحة المقررة للنشر علي عمود أو عمودين .. إلخ .

(٢) محررون مراجعون للمادة الصحفية الأخرى ، التي تكون في شكل تحقيقات أو أحاديث أو مقالات .. إلخ فإنهم بجانب حرصهم علي تخليص هذه المادة الصحفية مما قد يفوت الكاتب من أخطاء في المعلومات العامة واللغة ، فإنهم يركزون في المرتبة الأولى علي تقديم هذه المادة الصحفية للقراء بصياغة عربية سليمة ، ليس فيها أي أخطاء لغوية أو أسلوبية . كما أنهم يهتمون بكتابة مقدمات جيدة للمواد الصحفية وذلك في حالة عدم وجود تلك المقدمات أصلاً في بداية المواد الصحفية ، أو في حالة وجودها

ولكن في مستوى أقل من المستوى المطلوب في المقدمة الجيدة . ويحدث نفس الشيء بالنسبة للعناوين ، وكذلك خاتمة المادة الصحفية ، التي يجب أن تكون في نفس جودة المقدمة ، باعتبارها آخر انطباع يبقى في ذاكرة قارئ تلك المادة الصحفية .

وفي كل الحالات ، فإن المحرر المراجع له حرية التدخل الكامل في المادة الصحفية ، من حيث الصياغة ، وطريقة العرض ، والحذف والإضافة ، واختيار العناوين الرئيسية والفرعية . أما فيما يتعلق بالفكرة ، أو مجموعة الأفكار التي تتضمنها المادة الصحفية ، فهي من حق كاتبها مادام التحرير قد أجاز النشر .

ويكون عمل المحررين المراجعين على نفس الورق الذي كتبت فيه المادة الصحفية بأنواعها المختلفة ، إلا في حالات قليلة عندما توجد ضرورة لإعادة كتابة المادة الصحفية من جديد .. ولذلك تكتب المادة الصحفية على ورق ذي هامش عريض ، ويترك فراغ كاف بين كل سطر وآخر ، لأحتمال إضافة كلمات أو عبارات أو جمل إلى صلب النص المكتوب ، أو إجراء أي تعديل مطلوب أو كتابة أي ملاحظات إلى عمال الجمع ، خاصة وأن طابع السرعة في كتابة النصوص الصحفية ، كثيراً ما يجعل خط الكاتب رديئاً ، مما قد يحدث صعوبة لدى عمال الجمع . ورغبة في تلافي ذلك يعيد المراجع كتابة الكلمات المهمة بخط واضح فوقها حتي يسهل الأمر على عمال الجمع .

كذلك فإن نصوص الأخبار ، ومختلف المادة الصحفية الواردة إلى الجريدة بطريق البرق أو المراسلين ، أو عن طريق وكالات الأنباء ، تحتاج إلى مراجعة يتولاها المحرر المراجع بنفسه . فهذه الأخبار كثيراً ما تكون مكتوبة بأسلوب برقي ، يقتضي حذف بعض الكلمات المفهومة ، ولكن لابد من إضافة تلك الكلمات عند إعداد المادة الصحفية للنشر في الصحيفة . ثم أن كثيراً من الأخطاء الهجائية قد تقع في المادة الصحفية ولا بد من تصحيحها قبل إرسالها إلى غرفة الجمع . وقد يحتاج الأمر إلى ربط برقية بخبر مكتوب محلياً ، فيقوم المحرر المراجع بهذه المهمة منعاً للتكرار ، أو التضارب في الرواية الواحدة . وعليه بعد ذلك أن يكتب للمادة الصحفية العناوين الملزمة ، والمقدمات الجيدة وغير ذلك مما يقع في دائرة اختصاصه .

والمبادئ التي تحدد خط عمل محرري جهاز المراجعة وإعادة الصياغة ، يتم تحقيقها في عدد من النقاط الهامة ، وإن كان كل منها يعتبر ركناً أساسياً من أركان العملية الصحفية داخل كل قسم من أقسام الصحيفة ، ومن أهم تلك النقاط ما يلي :-

(1) أن يكون المحرر المراجع متمكناً من الأسلوب واللغة التي تكتب بها المادة الصحفية ، حتي يمكنه أن يقوم بالتعديل الذي يجريه فيها على أساس سليم . وأن يحرص على تصحيح الأخطاء في اللغة أو المعلومات التي تكون قد فاتت على كاتب تلك المادة الصحفية ، مع حذف الحشو اللفظي في النص المكتوب ، سواء كان لفظة واحدة أو جملة ، أو فقرة كاملة .

(ب) أن يحرص علي سلامة تركيب جمل المادة الصحفية وفقراتها ، مع البساطة التي تجعلها قريبة الفهم عند عامة القراء ، والتزام الأسس الصحفية في جعل الأخبار واقعية ، نون فرض رأي علي القارئ ، أو بمعنى آخر تقديم كافة هذه البيانات والمعلومات بمنتهى الدقة ، حتي يكسب ثقة القارئ عندما ينتهي من قراءة صيغة الخبر .

(ج) إذا تبين للمحرر المراجع أن في الخبر المكتوب ما يستحق التأكد من دقته وصحته ، رجع إلي المختصين أو إلي المصدر الذي صرح بالمعلومات المشكوك في صحتها ، للإطمئنان منه علي دقة النقل . ومثل هذه المراجعة كثيراً ما تكون ضرورية ، دفعاً لضرر مرتقب متوقع علي الصحيفة ، أو زيادة في الحرص علي الدقة المرجوة . ونتبين ضرورة هذه المراجعة في حالة أن يكون المندوب الصحفي في مستهل حياته العملية ، بحيث يخشي أن يورط الصحيفة في خطأ عن حسن نية ، أو أن ينقل المندوب معلومات تتسم بالغرابة أو بالحساسية ، ويخشي أن يكون قد وقع في سوء فهم غير مقصود .

(د) أن يعمل المحرر المراجع علي تبسيط المادة الصحفية وتوضيح مضمونها ، بحيث لا يفرق القارئ في مجاهاها ، إذا كانت صيغتها غامضة فيخذف العبارات والألفاظ الغامضة أو المضللة . وكذلك الألفاظ التي يصعب علي القارئ العادي فهمها ، عليه أن يستبدلها بألفاظ أخرى مفهومة ، خاصة وأن اللغة العربية غنية جداً بالترادفات . وإن صادف كذلك مصطلحات فنية عليه أن يفسرها ويشرحها للقراء .

(هـ) أن يحرص المحرر المراجع علي جعل المادة الصحفية جذابة ، لا ينفر منها القارئ ، وإبراز الناحية الهامة ووضعها أمام أعين القراء مباشرة . فإذا كانت القصة الخيرية أطول من اللازم ، قام المحرر المراجع بإختصارها إلي الحد المناسب ، وذلك بحذف الفقرات غير الهامة أثناء مراجعة القصة الخيرية . وإذا اتضح أن المندوب الصحفي قد حذف بعضاً من الحقائق الجوهرية ، أعاد المادة الصحفية إليه ليضيف تلك الحقائق الهامة ، أو أن يقوم المحرر المراجع بنفسه بإعادة كتابة تلك المادة بعد تلافي ما فيها من نقص .

(و) أن يعمل المحرر المراجع علي تنشيط ذاكرة القارئ ، إذا كان في مضمون المادة الصحفية ما يتطلب ذلك . حيث من الواجب عليه أن يربط الجديد بالقديم المتصل به ، السابق نشره في أيام سابقة . لأن الصحفي يجب أن يفترض دائماً أن القارئ إما ضعيف الذاكرة ، أو أنه قارئ جديد لجريدته لم يتابع قراءتها من قبل ، أو أنه نسي ما قرأه في السابق . فواجب الصحفي أن يقوم بهذه المهمة وليس القارئ .

(ز) أن يحرص المحرر المراجع علي الربط بين جزئيات المادة الصحفية الواحدة ، وترتيب الوقائع ، وتنظيمها تحاشياً لضياح القراء في بحر من الوقائع المفككة غير المترابطة . والسعي إلي صقل المادة الصحفية وتحسينها ، وزيادة النص المكتوب وضوحاً وسلامة ، بتغيير بعض العبارات ، أو إضافة ألفاظ معينة ، أو حذف ألفاظ غيرها ، أو ترتيب الفقرات أو الجمل أو الوقائع ، مع المحافظة علي الرواية الأصلية التي كتبها الصحفي .

(ح) وعلي العموم فإنه بسبب أهمية العمل الذي يؤديه المحرر المراجع ، فإن كثيرين من رؤساء التحرير ، وخاصة في الماضي القريب ، كانوا يقومون بهذه المهمة بأنفسهم ، ما داموا يتحملون المسؤولية التامة عن الصحيفة ، أمام الجمهور ، وأمام الجهات المسؤولة ، وأمام أصحاب الجريدة ، أو ناشريها . غير أنهم في الوقت الحاضر يضعون هذا العبء علي كاهل سكرتير التحرير المراجع ، ومعه معاونيه من المحررين المراجعين ، الذين يراجعون كل حرف في الجريدة قبل أن تصبح كلاماً مطبوعاً .

وأياً ما كانت صفة المحرر المراجع ، فالعبرة بالعمل في حد ذاته ، وبضرورة أن يكون القائمون به ذوي كفاية واقتدار ، بحيث ينقون المادة الصحفية من كل شائبة يمكن أن تشوبها ، فتعرض الصحيفة لاستخفاف قرائها بها ، وتضعف ثقتهم فيها .

(٦) جهاز التصحيح (المصححون)^(١):

Proof Readers (or) Correctors

يعمل جهاز تصحيح التجارب المطبعية مباشرة تحت إشراف سكرتير التحرير الفني .. وقد جرت العادة علي أن تكون مهمة جهاز التصحيح ، هي تحقيق التوافق بين أصل المادة الصحفية المعدة للنشر ، وبين السليخ والتجارب المطبعية (البروفات) التي يتم جمعها ألياً .. والتصحيح شيء يختلف عن المراجعة . فالمصحح ليس له أن يتدخل في صياغة المادة الصحفية وتعديلها بالحذف أو الإضافة ، أو إعادة ترتيب المعلومات ، مثل المحرر المراجع - كما سبق إيضاحه - بل إن مهمته الأصلية تنحصر في مقابلة التجارب المطبعية (البروفات) علي نص المادة الصحفية الأصلية ، المكتوبة باليد أو بالآلة الكاتبة ، مع مراعاة القواعد المتبعة في الطباعة . والحرص أيضاً علي تصحيح الهجاء والأخطاء المطبعية . وقد يتجاوز ذلك إلي تصحيح بعض الأخطاء النحوية . وغير ذلك من الأفكار التي ربما تكون قد فاتت علي المحرر المراجع ، فيصححها المصحح من تلقاء نفسه ، أو بعد الرجوع للمراجعين زيادة في الأطمئنان . وبذلك يتم تدارك مثل تلك الأخطاء المطبعية واللغوية ، التي يمكن أن تصدر بها الصحيفة في حالة عدم وجود جهاز للتصحيح .

(١) راجع ذلك بالتفصيل في الصحيفة المثالية - مصدر سابق ص ١٧٠ - ١٧٦ وكذلك استقاء الأنباء فن / مصدر سابق ص ٣٧٠ - ٣٧٣ .

والرموز التي يستخدمها المصحح في عملية تصحيح التجارب المطبعية (البروفات) ، بينها وبين الرموز التي يستخدمها المحرر المراجع شبه كبير ، لكن الفرق في استخدام الرموز خلاصته أن المحرر المراجع يضع هذه الرموز علي الأصل في صلب المادة الصحفية نفسها ، وفي الأماكن التي تدعو الحاجة إلي وضعها فيها ، بينما المصحح يدرج هذه الرموز علي هامش التجارب المطبعية ، مبيناً المواضع التي يجري فيها التعديل ، حيث يضع الرموز في الموضع الخطأ ، ثم يكتب الصحيح علي الهامش الأيسر والأيمن ، بحيث يظهر في أقرب مكان إلي الخطأ .

والأخطاء اللغوية التي يقوم المصحح بتصحيحها ، قد تنتج لعدم مراجعة الأصل قبل إرساله إلي المطبعة . أو لعدم إدراك المحرر أو المراجع للصيغة اللغوية الصحيحة . أو لعدم نقة العامل في جمع اللفظ ، فيجمع المرفوع منصوباً أو العكس .

أما الأخطاء المطبعية فقد تنتج عن رداءة الخط ، بحيث يصعب علي العامل قراءته . أو لضعف العامل نفسه في عملية جمع الحروف . ومن أمثلة هذه الأخطاء المطبعية جمع الكلمة خطأ ، إما بوضع أحد حروفها مكان الآخر ، مثل جمع كلمة (علي) بهذه الصورة (علي) أو جمع حروف غير الحروف الصحيحة لها مثل (المقاولات) تجمع علي (معاوضات) أو (استقلال) تجمع علي (استغلال) مما قد يغير المعنى تماماً . أو نقص كلمة أو فقرة كاملة لا ينتبه إليها العامل ، فيسقطها من البروفة في أثناء الجمع . وهو ما يطلق عليه إصطلاح (نطة) أو جمع كلمة أو فقرة بحجم (بنط) أو مقاس (كور) غير الحجم أو المقاس المطلوبين .

ويجري تصحيح هذه الأخطاء بأنواعها المختلفة بطريقتين :

الطريقة الأولى : أن يشترك إثنان في التصحيح ، يقرأ أحدهما من البروفة ، ويسمع له الآخر من الأصل .

الطريقة الثانية : أن يتولي شخص واحد تصحيح البروفة ومعه الأصل . يرجع إليه إما كلمة كلمة ، أو عندما يشك فيما يقرأ ، ويركز عليه بصفة خاصة عند ذكر الأسماء أو الأرقام .

ولكل من الطريقتين مزاياها وعيوبها : فمن مزايا الطريقة الأولى ، تحقيق أكبر قدر من الجودة ، بينما تتركز عيوبها في إنجاز عدد أقل من البروفات ، مما قد يؤدي إلي تأخير طبع الصحيفة ، ما لم يكن هناك العدد الكافي من المصححين . ومن مزايا الطريقة الثانية إنجاز أكبر عدد من البروفات في أقل وقت ممكن ، في حين تتركز عيوبها في تسرب أخطاء أكثر .

وتتم عملية التصحيح علي ثلاث مراحل .. وما سبق ذكره من تصحيح البروفات قبل وضع السطور في الصفحات ، هي المرحلة الأولى من عملية التصحيح .. أما المرحلة الثانية ، فهي مراجعة الصفحات بعد تكوينها ، وضم المواد الصحفية المختلفة إلى بعضها البعض . وهي عملية تتم بعد أن يكتمل إعداد كل المادة المطلوبة للنشر في الصفحة ، حيث تدخل الصفحة للمراجعة ومعها كل بروفات التصحيح الأولى .. أما المرحلة الثالثة والأخيرة فتتم قبل أن تبدأ عملية الطبع مباشرة ، ويكون عمل المصحح في هاتين المرحلتين الأخيرتين علي النحو التالي :-

(١) التأكد من أن تصحيح الأخطاء التي أشار إليها المصحح في بروفة التصحيح الأولى قد نفذت ووضع التصحيح في الصفحة . وفي حالة عدم التنفيذ يقوم المصحح بإثباتها مرة أخرى علي الصفحة . كذلك يتأكد من أن ترتيب السطور في البروفة مطابق لنفس الترتيب الوارد في الصفحة .

(٢) في كثير من الأحيان تجمع المادة في بروفة التصحيح بمقاس مغاير للمقاس الذي توضع به في الصفحة ، وهو ما يسمى بعملية (التضريب) وهنا لا يكتفي المصحح ببروفة التصحيح ، بل يقوم بقراءة السطور في الصفحة بعد تضريبها علي عمودين أو أكثر .

(٣) نفس الشيء يحدث في العناوين ، فقد يكون العنوان في بروفة التصحيح مجموعاً بمقياس (١٢) أو (١٨) ثم يوضع في الصفحة بمقياس (٢٤) أو (٣٦) أو أكثر . وهنا ينبغي علي المصحح قراءة العنوان والتأكد من صحته بمقاسه الجديد .

(٤) وبالنسبة للعناوين أيضاً ، فقد يوضع عنوان خبر مكان عنوان خبر آخر ، وعلى المصحح أن يكون دقيقاً بحيث يتبين هذا الخطأ ، ويضع كل عنوان على الخبر المخصص له .

(٥) في أثناء إعداد الصفحة (عملية التوضيب) قد يضطر سكرتير التحرير الفنى إلى إختصار سطر أو فقرة ، تبعاً لظروف المساحة المتاحة .. وفي هذه الحالة لابد من مراجعة دقيقة تركز على الأبيدو الكلام مبتوراً ، وأن السطر أو الفقرة المحنوفة ليس من السطور أو الفقرات التي جاء منها العنوان . وإلا قام المصحح بتنبيه سكرتير التحرير ، ليقوم بالتعديل الذى يحقق الإتساق بين العنوان والمضمون .

(٦) يحدث في بعض الأحيان أن تختلط فقرة أو أكثر ، من خبر ما ، بمضمون خبر آخر .. وعلى المصحح هنا التأكد من وضع كل فقرة في وضعها الصحيح من الخبر الخاص بها .

(٧) كذلك يحدث أن يوضع كلام صورة مكان كلام صورة أخرى ، وعليه أن يضع كلا منهما تحت الصورة الخاصة به ، بالإشتراك مع سكرتير التحرير الفنى .

(٨) قد يُجمع خبر مرتين : إما بصيغتين مختلفتين ، وإما بصيغة واحدة ، ولكن بمقاسين مختلفين ، ويوضع الخبر فى الصفحة فى موضعين مختلفين . وهنا يقوم المصحح بحذف أحدهما ، بعد الرجوع إلى المحرر المسئول عن الصفحة - إن وجد - أو سكرتير التحرير للإتفاق على أيهما يحذف وأيها يبقى .

ولكى تحصل الصحيفة على أكبر قدر من الجودة والإتقان ، اللذين يزيدان فى ثقة القراء بها من هذا الجانب ، وهو تقديم صحيفة خالية بقدر الإمكان من الأخطاء اللغوية أو المطبعية ، يجب أن تحرص الصحيفة على تحقيق ما يلى : -

(أ) ضرورة وجود جهاز متكامل للمراجعة ، يكون العاملون فيه على درجة كبيرة من الإلمام باللغة وأصولها ، يتركز عملهم على تنقية أصول المادة الصحفية تنقية كاملة ، من الأخطاء اللغوية والإسلوبية قبل إرسالها إلى المطبعة .

(ب) أن يحرص المنديون والمحررون على تحسين خطوطهم وتوضيحها بقدر الإمكان ، الى أن يتم مثلما يحدث فى الصحف الأجنبية ، من كتابة المادة الصحفية على الآلة الكاتبة قبل إرسالها الى المطبعة ، وذلك لضمان الحصول على أكبر عدد من السطور الصحيحة ، التى يؤدى تحقيقها إلى إختصار وقت طويل ينفق فى إعادة التصحيح . وبالتالي سرعة الطبع التى هى هدف ضرورى من أهداف كل صحيفة .

(ج) الحرص على تنفيذ تصحيح كل الأخطاء التى يشير إليها المصححون فى بروفات التصحيح الأول ، والحفاظ على هذه البروفات لتدخل مع الصفحات عند مراجعتها ، وذلك حتى تتم عملية المراجعة بإتقان ، وفى وقت أقل .

(د) ولكى يتم كل هذا على الوجه المرضي ، يجب أن تحرص كل صحيفة على أن تختار من يقومون بهذا العمل من بين المتخصصين ، ذوى الخبرة - لا الهواة - كما يحدث فى بعض الصحف . وبعد هذا الإختيار الدقيق يجب تزويد جهاز التصحيح فى الصحف ، بكافة المراجع اللغوية وغير اللغوية ، الضرورية والمرتبطة بطبيعة العمل ، وذلك للرجوع إليها فور الحاجة لها ، إختصاراً للوقت الذى تستغرقه عملية الاتصال بأقسام المعلومات .

(٧) رئيس قسم الأخبار^(١)

Head of News Section; City Editor

إن الصحيفة شأنها شأن أى مؤسسة تضم عدداً كبيراً من العاملين ، يتم تقسيمهم الى مجموعات تعمل كل منها فى نطاق معين ، وبإختصاصات معينة . وليست لهذا التقسيم قاعدة معينة تلتزمها الصحف جميعاً . لكن هناك أقسام أساسية ثابتة ، لا تنفرد صحيفة بوجودها عن الأخرى ، لأنها لازمة للصحيفة من حيث تجميع الأخبار ، وكتابتها ، ومراجعتها ، وإخراجها .

ويعتبر قسم الأخبار المحلية فى كل جريدة ، كبيرة أو صغيرة ، هو القسم الأساسى فيها ، وأكثر الأقسام أهمية ، ويقدر الجهد الذى يبذله محررو هذا القسم ، ونشاطهم فى ملاحقة الأحداث ، وإلتفراد بأخبارها ، بقدر ما تنال الصحيفة ثقة القراء وإحترامهم ، وتحتل مكاناً مرموقاً بين صحافة البلد الذى تصدر فيه . وهو لهذا السبب يضم العدد الأكبر من المحررين والمندوبين العاملين بالصحيفة . ومنه يتفرغ عدد كبير من الأقسام يختلف من صحيفة إلى أخرى . ويرأس كل قسم منها أحد المحررين القدامى الأكفاء الذين تتوفر فيهم الخبرة والمران الطويل .

وقد جرت العادة أن يرأس قسم الأخبار المحلية ، واحد من الصحفيين المجريين ، الذين لهم خبرة واسعة فى مجال جمع الأخبار من مختلف الميادين . . ويصفه البعض بأنه « عين الجريدة وأذننها » ، لأنه يرأس القسم الذى « هدفه على وجه التحديد أن يرى ويسمع كل شيء » حتى يمكنه أن يقدم خدمة إخباريه تتضمن آخر وأهم أحداث الأربعة والعشرين ساعة السابقة على إستلام القارئ للصحيفة . . وغالباً ما يكون هذا الصحفى فى درجة نائب رئيس التحرير ، أو مدير التحرير . بل إن الصحف الغربية المتقدمة ، تعتبر رئيس قسم الأخبار هو الشخص التالى مباشرة لرئيس التحرير ، وذلك لما لهذا القسم من أهمية كبيرة ، ولأن الأقسام التى تتفرع منه متشعبة ومتعددة ، ولرؤسائها سلطات واسعة ، ويتحتم أن يشرف عليها ، ويوجهها من له مثل هذه الخبرة والتجربة والمركز الكبير . وهو لهذا السبب يكون فى صف واحد مع قيادات الجهاز الصحفى ، الذين يكونون إلى جانب رئيس التحرير ، مثل مساعدى رئيس التحرير ، ونوابه ، وسكرتيرى التحرير المراجعين والفنيين . .

(١) راجع فى ذلك من الخبر الى الموضوع الصحفى - مصدر سابق ص ٣٩-٤١ وكذلك الصحافة (خليل صابات) مصدر سابق ص ١٣٥ و ١٣٦ وكذلك الفن الصحفى فى العالم - مصدر سابق ص ١٦٥ و ١٦٦ وكذلك الصحافة ... (إجلال خليفة) مصدر سابق ص ٦٧ .

ورئيس قسم الأخبار المحلية ، يتلقى كل المواد الأخبارية من مختلف المصادر عن طريق المندوبين ، والمراسلين ، ووكالات الأنباء ، ويراجعها مراجعة مبدئية ، ليتأكد من صحتها ودقتها وإستكمالها للمعلومات اللازمة ، ثم يرسلها إلى سكرتير التحرير المراجع للصياغة الصحفية السليمة قبل إرسالها إلى المطبعة تمهيداً للنشر . ولذلك تشترط الصحف أن تتوفر في رئيس قسم الأخبار المحلية ، عدة صفات هامة بالإضافة الى الشروط التي تتوفر في المندوب الصحفى الناجح التي سيأتى الكلام عنها فيما بعد - ومن تلك الصفات ما يلى : -

(أ) أن يكون ذو خبرة طويلة بالعمل الصحفى ، ومتمرساً فى مختلف ألوانه . بمعنى أن يكون قد عمل فى مختلف أقسام التحرير ، بالإضافة الى التمرن على العمل فى أقسام المراجعة والتوضيب ، فضلاً عن درايته الكاملة بتفاصيل العمل فى المطبعة ، وفى أقسام الإعلان ، والتوزيع ، حتى يكون ملماً بكل تفاصيل العمل الصحفى ووقائعه .

(ب) أن يكون عقله مليئاً بالمعلومات ، ومتقفاً ثقافة واسعة متعمقة ، ويتمتع بذاكرة قوية تمكنه من تذكر ما نشر من أخبار منذ فترة طويلة ، حتى يتمكن من (غربة) الأخبار التي تصل إليه ، لكى لا يقع فى خطأ نشر أخبار سبق له نشرها . بالإضافة إلى قدرته على تفهم الإحتمالات المتصلة بكل خير ، وبكل ما يدور حوله من الأحداث .

(ج) يجب أن يكون له عدد كبير من المصادر ، والأصدقاء فى كل ركن يمكن أن ينبع منه خبر هام ، لتتاح له فرصة الحصول لصحيفته على أخبار هامة ، وكذلك التأكد من صحة الأخبار الهامة الحساسة ، التي يأتى بها المندوبون . ويتم ذلك بإعادة الإتصال بمصدر الخبر للتأكد من صحته من ناحية ، وللتأكد من أن المصدر يصرح بنشر هذه المعلومات من ناحية أخرى . ولا يجب أن يحول دون قيام رئيس قسم الأخبار بهذه المهمة ، الشهرة التي قد يكون المندوب الصحفى متمتعاً بها ، ومهما كانت درجة الثقة به . بالإضافة الى ذلك على رئيس قسم الأخبار أن يكون أميناً على سر مصادرهم ، وأصدقائه ، فإذا ذكر له أحدهم خبراً من الأخبار ، وطلب منه عدم نشره ، وذكر له أن هذا (ليس للنشر OFFRECORD) فعليه ألا ينشر ذلك الخبر حتى ولو كان فيه إنفراد صحفى لصحيفته .

(د) أن يتأكد باستمرار من أن المندوبين والمراسلين الذين يتبعونه ، ليست لهم مآرب خاصة فى نشر بعض الأخبار ، أو عدم نشر البعض الآخر . ولذلك يجب عليه أن يدقق فى إختيار معاونيه من بين الذين يتمتعون بالكفاءة والنزاهة . ويجب أيضاً أن تتوفر لديه موهبة القيادة حتى ينجح فى قيادة ، وتشغيل ، وتحريك هذا الجيش من المندوبين والمراسلين الذي يعملون تحت إدارته ، بصورة مباشرة أو غير مباشرة ، ويأخذ منهم أفضل ما عندهم .

(هـ) يجب أن تتوفر لديه ملكة التوقع ، وموهبة رسم الإحتمالات ، حتى يكون مستعداً دائماً ، لأي حدث جديد طارئ غير متوقع . وعليه كذلك أن يتحرى ويتعمق في البحث وراء الأخبار ، ويفهم ما بين السطور ، وأن يكون دقيقاً في العرض بحيث لا يكون الأخبار التي تصله بلون من الألوان ، التي تبعدها عن الواقع ، أو تظهره بمظهر المتحامل على شخص من الأشخاص الذين يصنعون الأخبار .

(و) وإذا كان الشرط الثقافي واجباً بالنسبة للعمل الصحفي عاماً ، فإنه واجب هنا بصفة خاصة ، ذلك أنه يجب أن يكون رئيس قسم الأخبار ملماً بلغات أجنبية ، ومتقفاً ثقافة واسعة كافية للقيام بمهام عمله ، حتى يكون عالماً بمختلف المجالات التي يعمل فيها المندوبون والخبرون ، وبذلك لا يضيع على نفسه القدرة على الرقابة على المواد الصحفية ، التي تصله في مختلف مجالات الحياة التي تغطيها الصحيفة ، وتؤدي رسالتها ووظائفها لخدمة القراء .

(٨) المندوب الصحفي^(١) : Reporter

المندوب الصحفي يعمل تحت إشراف رئيس قسم الأخبار المحلية مباشرة ، وتعهده إليه الصحيفة بالحصول على الأخبار ، من جهات معينة ، أو مجالات محددة داخل المدينة التي تصدر فيها الصحيفة ، ثم نقل هذه الأخبار الى مقر الجريدة ، في الوقت المناسب ، وفي أسرع وقت ممكن ، وبأيسر وسيلة ، دون التضحية بأي تفاصيل تساعد في وضوح الأخبار ودقتها .

وقد أصبح من المعتاد أن يوجد في كل وزارة أو مصلحة حكومية ، وغير حكومية ، إدارة يطلق عليها إسم (الشئون العامة) أو (العلاقات العامة) أو (مكتب الصحافة) . ومن هذه الإدارة يستقى المندوبون بعض أخبارهم ، أو يحصلون على الخيوط الأولى للأخبار ، ثم يسعون وراء إستكمالها من المصادر المختلفة داخل تلك الجهات ، ويعود المندوبون الى صحفهم لكتابة الأخبار التي حصلوا عليها ويسلموها الى رئيس قسم الأخبار المحلية لتأخذ طريقها الى النشر .

وإتضح من التجربة العملية أن تخصص المندوب الصحفي في مجال معين ، يمكنه من إتقان عمله وتأديته بكفاءة ودقة . وهذا التخصص يتيح للمندوب أن يوثق علاقاته بالمستولين ، والعاملين في الجهة التي يمثل صحيفته بها للحصول على أخبارها . كما

(١) راجع في ذلك : الخبر الصحفي/فاروق أبو زيد (جدة - الطبعة الثانية ١٩٨٤) ص ٢١٣-٢١٥ و ٢٥٩ - ٢٧٢ وكذلك الصحافة (خليل صابات) مصدر سابق ص ١٣٦ و ١٣٧ وكذلك ألفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١٧٠-١٧٢ وكذلك الصحفي المحترف/جون هومبرج - ترجمة ميشيل تكللا (الطبعة الرابعة - القاهرة ١٩٨٢) ص ٥٠١ - ٥٠٥ .

يسمح له بدراسة المجال الذى يعمل فيه ومعرفة كل صغيرة وكبيرة به ، فيكتب أخباره وهو على دراية واسعة بكل أبعاد الخبر وتفصيله وملابساته . كذلك فإن تخصص المنسوب الصحفى فى مجال معين ، يسمح له بتطوير علاقاته بالعاملين فى هذا المجال ، بحيث تنمو هذه العلاقات وتكبر مع كبر مناصب ومسئوليات هؤلاء العاملين . فالمنسوب الصحفى قد يبدأ عمله صديقاً لرئيس قسم أو مدير إدارة أو وكيل وزارة ، فإذا ترقى أى واحد منهم وتولى منصباً كبيراً كمنصب الوزارة ، صار الوزير ، وهو الصديق القديم للمنسوب ، مصدرأ غنياً بالأخبار والمعلومات الصحفية .

والمنسوب الصحفى مطالب بأن يحرص على قراءة جميع الصحف اليومية ، والأسبوعية الصادرة فى المجتمع الذى يعيش فيه ، وأن يحرص على الإستماع قدر الإمكان الى نشرات الأخبار فى الإذاعة والتلفزيون . وأن يهتم أثناء ذلك بالتركيز على ما ينشر ويذاع فى مجال تخصصه ، حتى يتأكد من متابعتة لإخبار الجهة التى يمثل جريدته بها ، وأن يتحرى ما إذا كانت هذه الصحف والإذاعات قد سبقته فى نشر أو إذاعة أخبار جديدة فى مجاله لعدم تكرار ذلك . .

ويطلق على بعض المنسوبين لقب (المنسوبون المحليون أو الثابتون) وهم الذين يعهد إليهم بتغطية أخبار جهة معينة ، أو مجال محدد بانتظام . ويطلق على البعض الآخر لقب (المنسوبون الخاصون) وهم الذين يكلفون عادة بمهام ذات طابع عام ، إذ ينتدبهم قسم الأخبار المحلية لجمع الأخبار عن أحداث خاصة ، تختلف من يوم لآخر حسب الأحوال وأهميتها ، ثم يعيدون الى مقر جريدتهم بعد إنتهاء المهمة الصحفية المكلفون بها . والمنسوب الخاص أكثر كفاءة من المنسوب الآخر ، لأن عمله كثيراً ما يستدعى منه درجة رفيعة من اللباقة ، وأخذ زمام المبادرة . وهو غالباً مايكتب قصته الإخبارية بنفسه ، على أنه فى بعض الأحيان يقتصر عمله على مجرد جمع الوقائع ، ثم يعيها بالتليفون على محرر مختص لإعادة صياغتها فى قالب الصحفى الملائم .

ويجب أن تتوفر فى المنسوب الصحفى - فى مختلف المستويات - العديد من الصفات والمزايا ، ومن أهمها مايلى :-

(أ) المنسوب المبتدئ الذى يذهب إلى مهمة صحفية لأول مرة ، لا يجب أن يتسرب الى نفسه الخوف ، أو الشعور بالخجل لقلة خبرته . ذلك أن المصدر مهما كان مركزه كبيراً ، سيستقبله ويرحب به ، ليس بسبب شخصه ، ولكن بسبب الصحيفة التى يمثلها . ومن هذه البداية سيتعلم كيف يشق طريقه ، بتوجيه السؤال الصحيح للشخص المناسب فى الوقت المناسب ، دون خوف أو خجل .

(ب) يجب أن يكون قوى الملاحظة ، سريع البديهة ، ذا حاسة سمع قوية ، وكذلك حاسة نظر حادة ، حتى لا يفوته شئ مما يقال أو يرى . فالمنسوب يكتب ما يشاهده ،

وما يسمعه ، حيث أنه لا يعمل فى مكتبه ، أو فى صالة التحرير ، ولكن من مكان الحدث الذى ينقل أخباره الى القراء ، فيلتقط بأذنيه وعينه ما لا يستطيع الإنسان العادى أن يفعله .

(ج) أن يتمتع بالحس الصحفى الذى يمكنه من الحصول على الأخبار ، وأن يكون محباً للإستطلاع ، راغباً فى التعرف على الأخبار ومتابعها ، والكشف عنها ، ولا يعتمد فقط على ما يصله منها . ويمكن أن يتلقف الأخبار أحياناً دون أن يسأل عنها ، وذلك أثناء إجرائه حديثاً عادياً مع إحدى الشخصيات أو أحد مصادر الأخبار ، بشرط إستئذانه فى النشر .

(د) ينبغى للمندوب الصحفى ألا يفقد الأمل فى الحصول على القصة الإخبارية ، وعليه عند اللزوم أن يلجأ الى الحيل المشروعة ، فإن مهمة المندوب ليست سهلة ، والطريق أمامه ليس مفروشاً بالورود كما يقال .

(هـ) أن يكون المندوب ذا تجارب فى الحياة ، ولا يقتنع بصدق الأخبار التى تصله دون تمحيص ، إذ لا بد أن يكون ذا نظرة فاحصة للأمور ، بحيث يمكنه أن يوازن بين الأخبار من حيث قيمتها ومدى صحتها .

(و) أن يكون سريع الحركة للإنتقال الى أماكن الأحداث فور وقوعها ، أو سماعه عنها ، بحيث يصل الى مكان الحدث قبل غيره من مندوبى الصحف المنافسة . كما يجب عليه أن يواصل الحركة باستمرار ولا يتوقف عنها ، مما يتيح له زيادة حصيلته من الأخبار . فأحياناً يجد المندوب الصحفى أنه يضيع وقتاً طويلاً فى إنتظار من سيتحدث معه ، وعليه حينئذ أن يقطع وقت الإنتظار الطويل بإستخدام التليفون لتغطية أخبار أخرى ، أو كتابة ملاحظات ، أو إستخدام وسيلة أخرى للإتصال بالمصدر المطلوب الحصول على الأخبار منه . وعليه خلال قيامه بالمهمة المكلف بها ، أن يتصل بجريدته على فترات متقاربة ، لإطلاع المسئولين بها على ما استجد من تطورات .

(ز) من الضرورى أن يكون المندوب ملماً بجميع النواحي التى تتعلق بالمجال الذى يعمل فيه ، ويمثل صحيفته لديه للحصول على أخباره . ويجب أيضاً أن يكون موهوباً فى مخاطبة الناس ، وإقامة العلاقات الجديدة . وعليه أن يراعى أن مصادر أخباره مسألة تشكل أهمية خاصة فى حياته وعمله ، لذلك يجب أن يكون على صلات وثيقة وواسعة ، مع عدد كبير من الشخصيات التى تصنع الأخبار ، ويعمل بإستمرار على كسب ثقة هذه المصادر . وينبغى عليه أن ينشئ علاقات جديدة وبصفة مستمرة ، مع عدد كبير من الناس فى مختلف المجالات . وبذلك يضمن على الأقل ألا يضيع منه خبر هام ، ويحصل على مادة غنية فى الموضوعات التى يريدها ، ويصل الى الحقائق فى سهولة ويسر .

(ج) لابد أن يكون المندوب الصحفي سريع البديهة ، صبوراً ، بمعنى أن يكون قادراً على حسن التصرف ، إذا فوجئ بشيء لم يكن يتوقعه . وأن يتحلى بالصبر إذا صادفته المتاعب ، وكثيراً ماتصافده . فقد يكون مصدر الخبر متعجباً بشكل غير محتمل ويهدد ويتوعد . فكما يعرف المندوب أن الغضب لايساعد على جمع الأخبار ، فعليه إذن أن يصرف النظر عن هذه الإستفزازات ، ويحتفظ بهدوء أعصابه ، ويبتعد عن المهاترات ، ويوجه الأسئلة بإصرار للحصول على المعلومات الهامة . والمندوب لن يستفيد أبداً إذا تشاجر مع مصادر الأخبار ، أوهدد بعضهم أو أغضبهم ، فكل هذه التصرفات غير السليمة ، قد تفقده الحصول على الأخبار ، وتكلفه خسارة فقد مصدر جيد بعد ذلك . وبالنسبة للمندوب الذى يعمل بإصرار ، ويتحكم فى أعصابه ، ويتصرف بحكمة ، وبطريقة معتدلة مناسبة ، فإنه يحصل دائماً على ثمار المهنة الطيبة .

(ى) يجب أن يكون المندوب الصحفي أهلاً للثقة ، ثقة الصحيفة فيه ، وثقة مصادر الأخبار فيه . وأن يعمل بإستمرار على تنمية هذه الثقة وتدعيمها .

(ك) أن يكون لديه موهبة الأسلوب الصحفي ، الذى يمكنه من صياغة الأخبار صياغة صحفية سليمة مستكملة . ووضوح الخبر من أهم الشروط اللازمة عند نشره . فإذا لم يكن الخبر متكامل الأطراف فى ذهن المندوب نفسه ، فإنه من باب أولى سيكون الأمر مختلطاً فى ذهن القارئ . وإذا كان هناك شيء غير واضح فى الخبر ، فإن عليه أن يستفسر ولا يخجل ، فهذا أقرب إلى الصواب من نشر خبر مضلل أو غير واضح تماماً .

قواعد لنجاح المندوب فى عمله :

والى جانب الصفات والمزايا الواجب توافرها فى المندوب الصحفي ، والسابق ذكرها ، هناك أيضاً العديد من القواعد التى يجب أن يحرص عليها المندوب الصحفي لى ينجح فى عمله ، ومنها ما يلى : -

(١) يجب أثناء تغطية المندوب الصحفي لأى حدث ، أن يذهب بنفسه الى مكان وقوع الحدث على الفور ، ليطلع بنفسه على حقائق الحدث ، ويحصل على تفاصيله الدقيقة ، فإن أخطر مايتعرض له المندوب الصحفي ، هو أن يعتمد فى الحصول على أخباره على مجرد السماع ، دون أن يكلف نفسه عناء الذهاب الى مكان الحدث ، فإن ذلك قد يوقعه فى أخطاء بشعة ، أقلها الحصول على معلومات غير صحيحة ، أوغير دقيقة عن الحدث .

(٢) يجب على المندوب الصحفي أن يتوجه الى المصدر الرئيسى للخبر ، وليس الى المصادر الثانوية . ذلك أن المصدر الثانوى قد يعطيه جزءاً من الخبر ، فيحرم المندوب

نفسه من الحصول على بقية أجزاء الخبر وحقيقته من كل جوانبها ، فقد تكون أكثر أهمية من الجزء الذى عرفه من المصدر الثانوى . بالإضافة الى أن المصدر الثانوى قد يعطيه الخبر مشوهاً . والمنسوب الصحفى الذكى لايقنع بالحصول على الخبر من مصدر رئيسى واحد ، بل عليه أن يحصل على الخبر من أكثر من مصدر رئيسى . وعليه فى هذه الحالة أن ينسب كل جزء من أجزاء الخبر إلى مصدره الذى حصل عليه منه .

(٣) على المنسوب الصحفى قبل أن يبدأ فى تغطية خبر معين ، أن يضع خطة لتغطيته ، تحدد له خط سيره ، وتوفر له كثيراً من الوقت والجهد . . وعليه أيضاً أن يحرص على الإعداد المسبق لتغطية الخبر ، وذلك بالحصول على أكبر قدر من المعلومات المتصلة بالحدث ، سواء من قسم المعلومات بالصحيفة التى يعمل بها ، أو من النشرات ، والكتيبات ، والأبحاث ، والتقارير المرتبطة بالحدث .

(٤) يجب على المنسوب الصحفى أثناء تغطيته لحدث معين ، أن يهتم بذكر الأسماء الحقيقية للأشخاص الذين إشتراكوا فى الحدث ، أو تمسهم وقائعه ، وتفاصيل وافية عن شخصياتهم . فإن مثل هذه الأشياء قد تثير إهتمام القارئ وحسب استطلاع ، خاصة إذا كانوا أشخاصاً يتمتعون بشهرة فى المجتمع الذى تصدر فيه الصحيفة . . كذلك على المنسوب الاهتمام بأسماء الأماكن التى تقع بها بعض الأحداث ، خاصة إذا كانت أماكن ذات شهرة تاريخية ، أو دينية ، أو سياسية ، ولا يكتفى فقط بذكر أسماء هذه الأماكن ، بل عليه أن يضيف الى ذلك تاريخها ، وأهم الأحداث التى أكسبتها الشهرة .

(٥) المنسوب الصحفى الناجح ، هو الذى يحرص على أن يتأكد من صحة الأخبار التى يحصل عليها قبل نشرها . ولعل أفضل سبل التأكد من صحة أى خبر هو محاولة الحصول عليه من أكثر من مصدر رئيسى ، وأن ينسب كل جزء من المعلومات الى الشخص الذى إستقاه منه . وعليه أن لا ينشر معلومات قدمها له المصدر وطلب منه عدم نشرها . فالمصدر هو صاحب الحق فى السماح بنشر الخبر ، أو عدم نشره ، أو نشر جزء منه ، أو تأجيل نشره إلى حين ، فإن من شأن ذلك أن يدعم الثقة بين الصحفى ومصادره .

(٦) تزداد الصعوبة أمام المنسوب الصحفى عندما يتعلق الأمر بالكشف عن تفاصيل بعض الأحداث الغامضة ، أو الخاصة بالإنحراف والفساد . فهذه التغطية تحتاج الى جهد أكبر من الجهد الذى يبذل فى تغطية الأخبار العادية . وقد يستغرق الحصول على بيانات حدث منها ، يوماً أو أسبوعاً أو شهراً أو عاماً كاملاً حسب طبيعة الحدث . ومن الضروري أن يدرك المنسوب الصحفى ، عندما يتصدى لتغطية مثل هذه الأحداث ، أن الهدف هو تحقيق خدمة المجتمع والقراء ، وليس لمجرد حب الإستطلاع ، أو إستعراض

مهارته الصحفي ، لأنه ليس من السهل تلطّيح سمعة الناس من أجل إشباع رغبة حب الإستطلاع عند المندوب الصحفي ، أو حتى عند القراء . وعلى المندوب فى هذا الصدد أن يحرص على الحصول على الوثائق ، والأدلة التى يمكن أن تحميه إذا ما اتهم أمام القضاء بالقتل ، أو التشهير الكاذب . وعلى المندوب الصحفي - فى مثل هذه الحالات - أن يلجأ الى محامى الصحيفة ، أو مستشارها القانونى ، ليحدد له مدى قانونية تحركاته أثناء تغطية الحدث ، وما يجب أن يعتنع عن نشره ، أو مدى ما يمكن أن يذهب فى النشر .

(٩) مندوب الخطبات الصحفية: Beat Reporter

هو المندوب الذى تكلفه الصحيفة على النوام بالقيام بخطبات صحفية معينة ، أو بتغطية مجالات مصادر أخبار محددة . ولا تقتصر مهمته على تغطية الأحداث التى تقع فقط ، وإنما العمل على إكتشافها أيضاً ، وإحاطة الصحيفة بالأخبار المتوقعة ، أو التى تستمر مضاعفاتها . وهو مندوب كفء وقدير ، يقضى معظم وقته فى التردد على مصادر الأخبار المحتملة ، لإجراء أحاديث عرضية ، الهدف الوحيد منها هو الإبقاء على علاقة شخصية وثيقة بالمصادر ، وعندما يقع حادث ذو قيمة إخبارية ، يكون هذا المندوب - وهو صديق شخصى للمصدر - هو عادة أول مندوب يحصل على الخبر .

وتحرص الصحف على أن تتوفر فى مندوب الخطبات الصحفية ، كل الصفات والمزايا التى تتوفر فى المندوب الصحفى السابق الحديث عنها .

(١٠) المخبر الصحفى : Legman

وعمله يشبه عمل المندوب الصحفى ، حيث يقوم بجمع الأخبار من المصادر التى تحددها له الصحيفة التى يعمل فيها ، ويبلغها شفويّاً دون تحريرها الى المحرر المراجع فى قسم التحرير ، أو الى رئيس القسم ليتولى أحدهما تحريرها ، ويسلمها بعد ذلك الى سكرتير التحرير المراجع لإجازة نشرها .

(١١) محرر التحقيقات الصحفية :

لقد أصبح التحقيق الصحفى مادة أساسية من مواد الجريدة اليومية ، لا يمكن الإستغناء عنه مثل الخبر الصحفى تماماً . وبالتالي فإن قسم التحقيقات الصحفية صار ينافس قسم الأخبار فى الأهمية بالنسبة لأى جريدة يومية . ولأن التحقيق الصحفى يقوم على خبر جديد ، بالإضافة الى أنه قد يتضمن الإستطلاع أوالرأى ، فقد صارت الجريدة فى الوقت الحاضر ، لاكتفى بالشروط التى سبق عرضها بالنسبة لاختيار المندوب الصحفى الجيد ، الذى يعمل فى قسم الأخبار ، وإنما تضيف إليها ضرورة تمتع محرر التحقيقات الصحفية ، بقدر وافر من الثقافة الصحفية فى المجال

الذى يتخصص فيه ، بالإضافة الى قدر أكبر من العلاقات والصلات ، بالشخصيات البارزة فى مجال تخصصه بصفة خاصة ، وفى المجتمع كله بصفة عامة . وأن يتمتع بأسلوب صحفى متميز ، ويقدر كبير من موهبة الكتابة .

وانطلاقاً من ذلك فقد جرى التقليد فى الجرائد اليومية ، على أن المندوب الصحفى عندما يزداد كفاءة وخبرة وثقافة ، يرقى من العمل فى قسم الأخبار ، للعمل فى قسم التحقيقات الصحفية .

وفيما يتعلق بالكيفية التى يعمل بها محرر التحقيقات الصحفية ، فإن أول خطوة يقوم بها قبل حضوره إجتماع قسم التحقيقات ، هو إختيار الفكرة التى يدور حولها التحقيق الصحفى . ويستقى هذه الفكرة من عدة مصادر ، قد يكون منها الأخبار التى تنشر فى الصحف ، أو تذاع فى الإذاعة مثلاً . أو من خلال حديث ، أو من تجربته الشخصية ، أو من خلال ملاحظاته للحياة السياسية والإجتماعية . كذلك فإن الوثائق والنشرات الرسمية ، والبحوث والدراسات قد تكون موضوعات جيدة لتحقيقات صحفية ناجحة .

وغالباً ما يتم مناقشة هذه الفكرة من جانب زملائه أعضاء القسم ، ومن رئيس القسم نفسه ، وقد يضيفون الى الفكرة أبعاداً جديدة لم يكن ينتبه إليها ، أو قد يحذفون منها جوانب ليست ضرورية ، أو قد تُرفض نهائياً لسبب أو لآخر . وبعد الموافقة على فكرة التحقيق فى إجتماع القسم ، يبدأ المحقق الصحفى فى جمع الحقائق والمعلومات اللازمة لتحقيقه ، من الجهات والأشخاص الذين يتوقع أن تكون هذه المعلومات لديهم . وقد يتطلب الأمر الحصول على آراء ووجهات نظر بعض المسئولين أو المتخصصين . ويقوم بعد ذلك بإستكمال أية حقائق أخرى قد يحتاجها التحقيق الصحفى ، سواء كان مصدرها وثائق رسمية ، أو بيانات حكومية ، أو مراجع ، أو تقارير . إلخ ويستعين فى ذلك بقسم الوثائق والمعلومات (الأرشيف) فى الجريدة .

(١٢) المراسل الحربى : War Correspondent

هو مراسل الصحيفة فى المعارك الحربية التى قد تنشب بين دولة وأخرى . وينتقل مع القوات المتحاربة من مكان لآخر تبعاً لمواقع القتال وجبهاته ، وطبقاً لمتطلبات المعارك وخطورتها . وعمله يختلف عن عمل المحرر العسكرى ، وهو مندوب الصحيفة فى الدوائر العسكرية فى أيام السلم ، أو فى زمن الإستعداد للحرب ، والذى ينقل الأخبار العادية فى الجهات العسكرية التى يباح نشرها . وقد ازدهر عمل المراسل الحربى بعد الحرب العالمية الأولى ، وفى أثناء الحرب العالمية الثانية .

(١٣) المراسل المحلي : Home Correspondent

يوجد لكل صحيفة مراسلون محليون ، لتغطية أخبار المناطق الواقعة خارج حدود البلدة التي تصدر فيها الصحيفة . والفرق بين المندوب والمراسل المحلي يتمثل في مكان ممارسة النشاط الصحفى . فالأول يعمل داخل نطاق المدينة التي يقع فيها المركز الرئيسى للصحيفة ، والثانى يعمل خارج حدود تلك المدينة ، ولكن داخل نطاق الوطن .

والمراسل المحلي يتبع غالباً أحد الفروع داخل قسم الأخبار المحلية ، وهو يوافق هذا الفرع بأخبار منطقته بالتليفون ، أو بالبرقيات ، أو بالبريد ، أو بالطريقة التي تحددها له إدارة الصحيفة . وتدفع له الصحيفة أجوراً حسب إتفاقها معه ، على أساس القطعة التي تنشر له فقط ، أو راتباً شهرياً ثابتاً ، أو مكافأة مقطوعة سنوية . إلخ . وهناك بعض الصحف التي تفتح لها مكاتب فى البلاد الكبرى داخل الوطن ، وقد تكون هذه المكاتب بمثابة مراكز لتجميع أخبار مراسلى المناطق والبلاد التي تجاورها ، ثم يرسلها المكتب الى المركز الرئيسى للصحيفة ، بجانب حصيلة المكتب نفسه من أخبار البلدة الكبرى الموجود بها ، ويوجد على رأس هذا المكتب مدير ، ومعه عدد من معاونين الذين يختص كل واحد منهم بتغطية أخبار قطاع معين . وهذا يشبه إلى حد كبير رئيس قسم الأخبار المحلية ، الذى يعمل معه عدد من المندوبين فى المركز الرئيسى للصحيفة ، مع الفارق فى الوظيفة وطبيعة العمل .

(١٤) محرر الرياضة^(١) : Sport's Editor

يوجد فى كل صحيفة قسم للرياضة ، يحتل حالياً مكانة هامة ، لم يكن يحتلها فى أوائل النهضة الصحفية العربية . حتى أصبح هذا القسم لا يقل أهمية عن قسم الأخبار المحلية ، ويكاد يقف معه على نفس المستوى . .

ومع تطور إهتمام الرأى العام بالرياضة ، أصبحت المادة الصحفية الرياضية ، تشغل أكثر من صفحة فى العدد الواحد من الجريدة كل يوم ، بل وأصبحت تصدر لها الملاحق الأسبوعية ، وفى المناسبات الرياضية الهامة ، الى جانب إصدار المؤسسات الصحفية لصحف أسبوعية خاصة بالرياضة فقط ، وذلك بعد أن كانت فى السابق لاتكاد تحتل ربع صفحة كل يوم ، بل ويتم إلغاؤها فى بعض الأحيان ، لإفساح مكانها لمادة صحفية أخرى ، أو للإعلانات ، مثلما كان يحدث فى صحيفة الأهرام المصرية على سبيل المثال .

(١) راجع فى ذلك المدخل فى فن التحرير الصحفى - مصدر سابق ص ٣٢٩-٣٣٥ وكذلك إستقاء الأنباء فن - مصدر سابق ص ٣٣٥-٣٤٢ وكذلك المندوب الصحفى /جلال الدين الحامصى (القاهرة دار المعارف ١٩٦٢) ص ١٥٥-١٥٧ وكذلك من الخبر الى الموضوع الصحفى - مصدر سابق ص ٤٢ .

ويعد أن كان يعمل في القسم الرياضى لتغطية كافة الأخبار الرياضية ، فى حدود ثلاثة محررين ، زاد هذا العدد بحيث أصبح لكل لعبة رياضية محررها المسئول أو أكثر . وشملت الرياضة كل أنواع الفنون الصحفية من أخبار ومقالات وتعليقات وأحاديث وتحقيقات وصور . . . إلخ . بل أصبح للأخبار الرياضية مكانها فى عناوين مادة الصفحات الأولى . وترجع أهمية المادة الصحفية الرياضية - الى جانب إهتمام القراء بها - الى ما فيها من إثارة ، وتنافس ، وإشباع لرغبات القراء الكثرين ، الذين ينقسمون الى مؤيدين ومعارضين .

ومصادر هذه المادة الصحفية من مراقبة المباريات الرياضية المختلفة ذاتها ، والكتابة عنها . والأندية الرياضية ، ومن المدربين والمديرين ، ومن اللاعبين أنفسهم ، والمشاهدين وأراهم فى هذه المباريات ، وتقارير الأندية والإتحادات الرياضية . . إلخ .

وعلى الرغم من أن ميدان الرياضة يشكل حقلاً قائماً بنفسه من حقول الأخبار ، فإن تغطية الأحداث ، والشخصيات الرياضية ، لا تختلف إختلافاً جوهرياً فى أساليبها الأساسية ، عن تغطية مختلف الفنون الصحفية فى أقسام الصحيفة المختلفة . كما تنطبق على الأخبار الرياضية جميع العناصر^(*) والمقاييس الخاصة بالقيم الإخبارية . وإذا كان عنصر الصراع والمنافسة فى أخبار الرياضة يستهوى القراء ، فإن هناك عناصر أخرى تنطبق عليها أيضاً مثل الجودة الزمنية والحالية ، والضخامة ، والتشويق ، والشهرة ، والبروز ، والتقدم ، والجوانب الإنسانية ، والتوقع ، والغربة والطرافة ، والأهمية ، والإثارة . . إلخ .

ومعلوم أن أهم الألعاب الرياضية التى تسترعى إهتمام القراء هى : كرة القدم ، وكرة السلة ، ولعبة التنس ، والسباحة ، والمصارعة ، والملاكمة ، وسباق الخيل ، وسباق السيارات ، وسباق الدراجات . . إلخ .

وكثيراً ما نجد فى الصحف الكبرى ، أن لكل نوع من الأنواع الرياضية محرراً خاصاً بها ، وتحرص الصحف أن يكون من نوى الخبرة فى هذا المجال ، ويكاد يرتفع الى مستوى المحرر السياسى أو الأدبى أو العلمى . . إلخ .

وهناك خصائص عديدة يجب أن تتوفر فى المحرر الرياضى ، الى جانب ماسبق ذكره فيما يتعلق بالمنسوين والمحررين . ومن أهم هذه الخصائص ما يلى :-

(أ) ينبغى أن تتوفر فى المحرر الرياضى دراية تامة بمجال الرياضة تاريخياً وفنياً فى وقت واحد . فإذا أعلن عن مباراة رياضية قام المحرر المختص على الفور بجمع

(*) راجع هذه العناصر فى موضعها من هذا الكتاب ضمن عنوان فن الخبر الصحفى .

المعلومات عن المشتركين في هذه المباراة ، والبطولات التي أحرزوها ، ورجح كافة فريق على فريق ، ووصف المباراة وصفاً دقيقاً ، ولا ينسى أن يذكر موقف المتفرجين على المباراة ، وطريقة تشجيعهم لهذا الفريق أوذاك . وبإختصار يذكر كل مايراه وينقله الى القارئ الذي لم تُتَح له فرصة الحضور بنفسه لمشاهدة المباراة ، أما القارئ الذي شهد المباراة ففي إستطاعة المحرر الرياضي أن يمدّه بمعلومات جديدة ، لا يستطيع الحصول عليها بمجهوده الذاتي .

(ب) يجب أن يتمتع المحرر الرياضي بالقدرة على إصدار الأحكام الصائبة ، أو حتى القريبة من الصواب . ويستطيع المحرر الرياضي أن يكتسب القدرة على ذلك مادام واقفاً على الموضوع وقوفاً تاماً . فبفضل إلمامه بنوع الرياضة المتخصص فيها ، يصبح على دراية بالمقاييس والمعايير التي يقيس بها المباريات واللاعبين ، فيحكم لهم أو عليهم .

(ج) يجب أن يتمتع المحرر الرياضي بالقدرة على تصوير الواقع تصويراً صادقاً ، وتجريد نفسه من الهوى والتحيز . فليس من النزاهة في رواية الأخبار أن يتحيز لفريق دون الآخر ، والمسئولية التي يحمل المحرر الرياضي عبئها ، هي مسئولية تجاه جمهور القراء ، لأتجاه فريق معين . والقراء لاشك سيحترمون حياد المحرر الرياضي ، وما يراعيه من أمانة ودقة في العرض ، وإبتعاد عن الهوى ، فإنه في ذلك أشبه بالقاضي ، وعليه أن يتصرف كما يتصرف القضاة .

(د) على المحرر الرياضي أن يراعى في كتاباته ، أن الجمهور يهمه أن يطلع على تحليل ، أو توقعات ، أو مقارنات عن الفرق الرياضية ، التي ستنازل بعضها بعضاً . وكذلك متابعة المباريات والأحداث الرياضية . ذلك لأن الجمهور الرياضي يظل في لهفة على كل مايجرى من إستعدادات وتمرينات ، لإرتباط كل فرد من هذا الجمهور بفريق من الفرق المتنافسة .

(هـ) وفي الكتابة عن الأحداث الرياضية يمكن أن تكون مقدمة الموضوعات الصحفية الرياضية ، ذات لون خاص ، ويمكن أيضاً إبداء الرأي على أساس أن يكون رأياً محايداً مستمداً من الواقع . فالمحرر الرياضي له حرية التصرف فيما أمامه من أخبار ، أو مايشاهده من مباريات ، لأن المفروض أن القارئ ينتظر التحليل الذي لا يكون ناجحاً من غير رأي حر سليم .

(و) يجب أن يحرص المحرر الرياضي ، عندما يتعرض للكتابة عن مباريات رياضية قادمة ، أن يربط القارئ بالماضي ، فيضع أمامه صورة توضح له ماكان ، ومايتوقع أن تكون عليه المباراة .. وعليه أن يعاود المتابعة بعد إنتهاء المباريات الكبرى مباشرة ، بحيث يقدم للقارئ الآثار التي تترتب على هزيمة فريق ، أو إنتصاره . وهذه المتابعة

ضرورية فى الحالات التى يتشوق القراء ، على معرفة ماسيقوم به النادى الفائز ليحافظ على إنتصاراته ، أو ماسيقوم به النادى المهزوم لتصحيح هذه الهزائم . وكل ذلك بقصد التوجيه ، والإرشاد ، لا بقصد السخرية والإستهزاء ، لأن ذلك خطأ لايتفق والروح الرياضية .

(ز) لما كانت للمحرر الرياضى حرية فى الصياغة والأسلوب واللغة ، فيتحتم عليه أن يكون أصيلاً مبتدعاً ، ولكن عليه أن يخضع أسلوبه للحكم السليم ، والنوق المقبول . ولذا ينتظر منه أن تكون كتاباته الرياضية ممثلة بالحيوية والجرأة والإقدام . وأن يبتدع لنفسه أسلوباً يتميز بالبساطة ، والبعد عن التكلف والرسميات ، مع إستخدام الألفاظ الفنية - ولو كانت عادية - وهى الألفاظ التى إصطلح عليها الرياضيون . بل ويمكنه أن يبتدع بعض التشبيهات ، والإستعارات وغيرها من أساليب التعبير التى تتميز بالطرافة والدعابة ، وأن يكون هدفه دائماً ، أن يعبر عما يقصده تعبيراً موجزاً واضحاً .

(ح) أيا كان نوع الحادثة الرياضية التى يروى المحرر الرياضى خبرها ، فيمكنه أن يصيغ القصة على شكل الهرم المقلوب الذى تأتى فيه النتائج والوقائع الهامة فى البداية ، ثم تأتى التفاصيل بعد ذلك فى صلب الخبر . ففى وسعه أن يبحث عن زاوية أو أكثر يبرزها فى المقدمة مثل : النتيجة النهائية للمباراة ، أو اللعبات البارزة ، أو نجوم المباراة البارزين ، أو أهمية المباراة وهل تحقق فيها أرقام قياسية جديدة ، أو المقابلة بين الفريقين المتباريين ، أو بين كل لاعب وخصمه ، أو جو المباراة كالطقس وجمهور الحاضرين . . . الخ . وبعد ذلك تأتى التفاصيل فى صلب القصة الإخبارية الرياضية ، وذلك بإستكمال البيانات الواردة فى المقدمة ويزيدها تفصيلاً ، مع مراعاة الشرح ، والتفسير للجوانب البارزة الهامة ، والسير فى القصة الإخبارية وفقاً للترتيب الزمنى لوقائعها .

(١٥) محررو الجرائم والحوادث والقضاء ^(١) :

من الشائع فى أغلب دول العالم أن تنحصر فى وزارة الداخلية ، جميع السلطات الخاصة بضبط الجرائم والمجرمين ، ومكافحة الجريمة أياً كان نوعها . غير أن هناك هيئات حكومية أخرى تتعاون فيما بينها على ضبط الجرائم والتحقيق فيها ، ومحاكمة المسئولين عنها ، وإنزال العقوبة التى يستحقونها بهم ، مثل أقسام الشرطة الموزعة فى

(١) راجع فى ذلك إستفتاء الأنباء فن - مصدر سابق ص ٢٢٥-٢٢٠ وص ٢٦٧-٢٧٦ وكذلك المنوب الصحفى - مصدر سابق ص ١٥٢-١٥٥ وكذلك من الخبر الى الموضوع الصحفى - مصدر سابق ص ٤٢ و ٤٣ وكذلك الفن الصحفى فى العالم - مصدر سابق ص ٩٦ و ٩٧ .

أنحاء البلاد ، والنيابة ، والمحاكم بدرجاتها المختلفة ، والسجون . وتشكل الأخبار التي تنبع من كل تلك الجهات ، مادة صحفية هامة يختص بها محررو قسم الحوادث ، والقسم القضائي في الصحيفة : -

أولاً: محررو الجرائم والحوادث

يقفز قسم الحوادث في بعض الصحف إلى مرتبة تقف جنباً إلى جنب مع أهم الأقسام فيها . وبعد أن كان هذا القسم مجرد فرع داخل قسم الأخبار المحلية ، أصبح الآن قسماً مستقلاً بذاته ، يضم عدداً كبيراً من المنوبين ، الذين يكلف كل منهم بتغطية أخبار جهة محددة ، مما يتصل عملها بالجرائم والحوادث ، وكذلك عدداً من المحررين الذين يكلفون بعمل التحقيقات الصحفية المتصلة بالجرائم الكبرى . ويوجه هؤلاء جميعاً رئيس قسم يجمع بين الخبرة الطويلة ، والقدرة على محاولة حل الألغاز التي تحيط ببعض الجرائم الهامة .

وترجع كثرة عدد الذين يعملون في قسم الحوادث ، إلى كثرة العمل الذي يواجهه القسم من جهة ، وإلى أن مادته الصحفية تولد في أي وقت . فالجريمة ليس لها موعد ترتكب فيه ، والحادثة قد يقع في أي لحظة من الليل أو النهار ، ويتطلب هذا الحال أن يكون هناك دائماً ، مجموعة من مننوبى الجرائم والحوادث في القسم ، للإنطلاق إلى مكان الجريمة أو الحادثة فور وقوعها ، أو بمجرد السماع عن وقوعها .

ومذاك بعض القواعد يجب على محرر الجرائم والحوادث معرفتها ، وأن تتوفر فيه بعض الشروط والمميزات ، بالإضافة إلى ضرورة تمتعه بما سبق ذكره في المننوب الصحفى بصفة عامة ، ومن أهم هذه القواعد والشروط والمميزات ما يلي : -

(أ) ينبغي عليه أن يعرف المقصود بالجريمة ، وأنها الخروج على القانون بأية صورة من الصور ، وأن يعرف أنواع الجرائم ، والعقوبات التي توقع على مرتكبيها : فهناك الجنائية ، والجنحة ، والمخالفة . . والجنائية أخطر فئات الجرائم جميعاً ، والعقوبات التي توقع فيها هي : السجن والأشغال الشاقة من مؤبدة ومؤقتة وأحياناً الإعدام . أما الجنحة فهي خرق القانون ، وإن تكن أبسط شأناً من الجنائية ، وعقوبتها في الأغلب الحبس البسيط أو الغرامة أو كليهما معاً . والمخالفة هي أدنى درجات الجرائم ، مثل مخالفات المرور وما إليها ، وعقوبتها الغرامة .

(ب) أن يعرف أنواع أخبار الجرائم ، ومن بينها القبض ، أو محاولة القبض على المجرمين الخارجين على القانون بأى صورة من الصور . وأن يعرف كذلك تحقيقات الشرطة الأولية ، وتقارير الأمن العام ، والقصص الإنسانية من واقع هذه الجرائم .

(ج) أن يعرف من أين يستقى الأخبار ، وفى مقدمتها أقسام الشرطة ، والانتقال المباشر الى مكان وقوع الجريمة أو الحادثة . وهذا أحسن وسائل تغطية الأخبار ، لأنها تمكن من الرؤية ، والمشاهدة ، والاستماع الى أقوال شهود العيان ، ليقدّم للقارئ الإطار الحقيقى لمكان الواقعة والمتابعة الشخصية للحدث أو الجريمة . وذلك بالإضافة الى المصادر الشخصية التى تستطيع أن تمدّه بالمزيد من البيانات خلال التحقيق ، أو محادثة الأشخاص الذين نُكِّبوا بهذه الحوادث أو مرتكبيها .

(د) يتعين على المحرر عند كتابة أخبار الجرائم أن يثبت من أنه جمع المعلومات الهامة الصحيحة ، وما وقع فعلاً ، ويستمد الحقائق المؤكدة من السجلات الرسمية ، وأن يتحرى الدقة والتأكد من الأسماء التى لها صلة بالجرائم والحوادث ، لعدم الوقوع فى أخطاء قد تضر بسمعة الغير . فإذا قبض مثلاً على شخص ووجهت إليه تهمة إقتراف جريمة معينة ، وفى وسع الصحفي أن يروى هذا بلا زيادة ، فالقاء القبض على الشخص لا يعنى بالضرورة إدانته عن تهمة معينة . ومهما تكن الأدلة ضده ، فواجب الصحفي ألا يدين المتهم ويرميه بالجرم فى الجريدة التى يعمل فيها . ولكن يمكنه أن يقدم الأدلة التى تقيمها الشرطة ضد المتهم ، إلا أنه ليس فى وسعه أن يستنتج من هذه الأدلة أن المتهم مدان . فالمتهم يلقى القبض عليه لإتهامه بجريمة معينة ، وليس لإرتكابه جريمة معينة . وفرق بين أن يكون متهماً فيصدق الإتهام أو لا يصدق ، وبين أن يكون مرتكباً للجريمة فيستحق العقاب عن جرمه . وإذا شك المحرر فى صحة إسم الشخص المقبوض عليه ، فيحسن أن يكتب فى الخبر مثلاً : « أن المتهم سجل فى قسم الشرطة تحت إسم (كذا) » أو « أن المتهم قال فى قسم الشرطة أن إسمه (كذا) » .

(هـ) على المحرر أن يعرف أن أهمية أخبار الجرائم تتوقف عادة على مدى خطورة الجريمة ، وأهمية الأشخاص الذين لهم ضلع فيها ، ومكان وقوعها ، والأحوال الإستثنائية التى أحاطت بها ، والحوادث التى لها زوايا إنسانية تبعث على الإهتمام . وكثيراً ما يركز الصحفي على عامل من تلك العوامل ، فيكتب موضوعاً طريفاً عن القضية .

(و) حوادث الإنتحار تُستقى أيضاً من أقسام الشرطة ، وهنا ينبغى للصحفى أن ينقل ماورد فى سجلات الشرطة ، فإن وصفت الحادث بأنه إنتحار روى الصحفى الحادث على هذا الوضع ، أما إذا لم تذكر السجلات صراحة أن الحادث إنتحار ، فينبغى على الصحفى ألا يتعجل النتائج ، فقد تكون الوفاة جناية لا إنتحاراً . والشخص الوحيد الذى يملك تحديد سبب الوفاة هو الطبيب الشرعى . والمتبع عادة هو وصف طريقة الإنتحار بعبارة عامة ، مع إبراز تفاصيل قليلة عن الحادث ، حتى لا يكون التوسع فى النشر محرضاً للغير على أن يحاكيه . وأن يعالج حوادث الإنتحار بطريقة تدعو إلى النفور من إرتكاب جريمة قتل النفس ، حتى لا توحى بأن الإنتحار وسيلة من وسائل التخلص من متاعب الحياة .

(ز) وبالنسبة لأنباء الكوارث ، فإنها قد تكون حول الحرائق الضخمة ، أو الفيضانات المدمرة ، أو الزلازل المروعة ، أو الانفجارات ، أو العواصف التي تسبب خسائر جسيمة ، وحوادث المرور التي ينتج عنها عدد كبير من الضحايا ، وكلها تستمد أهميتها من أنها قد تكون متعلقة بمناطق قريبة منا ، أو ذات صلة مباشرة بأشخاص أقرباء ، أو شخصيات هامة لها مكانتها في البلاد . ومصادر هذه الكوارث ، الأشخاص المصابون ، وشهود العيان ، وهيئات الإغاثة ، والدوائر الحكومية ذات الصلة بهذه الكوارث .

وأول ما يجب على المحرر العناية بإبرازه هي الأسباب ، وأسماء المصابين ، والظروف ، والملابسات ، والنتائج ، ومدى الخسائر المادية ، وعمليات الإنقاذ كيف بدأت ومتى تنتهي ، ثم الوقائع الغريبة المتصلة بهذه الكوارث ، كأن يكون القدر قد قاد بعض الأفراد إلى مكان الكارثة من غير سابق إستعداد ، وذلك ليلقوا حتفهم . أو نجاة آخرين لتخلفهم عن الذهاب الى مكان الكارثة ، أو إبتعادهم عنه بدقائق معدودة لظروف خارجة عن إرادتهم ، الى غير ذلك من الوقائع الغريبة والتي تلقى قبولا لدى القراء ، وتعطى للقصة الإخبارية طعماً آخر .

(ح) لا يجوز للصحف التسرع في نشر أسماء المصابين ، أو القتلى ، والضحايا ، قبل التأكد من أن أصحاب هذه الأسماء قد أصيبوا فعلاً ، وذلك لأن التسرع في نشر الأسماء من غير التأكد ، قد يسبب أضراراً وإزعاجاً لعائلاتهم .

(ط) من الأمور الهامة لأي صحفى يكلف بتغطية أخبار الكوارث ، أن يحرص فور وصوله الى مكان الحادث ، على تحديد أقرب تليفون ليستعمله في إبلاغ جريدته بأخبار هذه الكارثة أولاً بأول ، وخاصة إذا كانت الكارثة قد وقعت في وقت متأخر لا يسمح بالعودة الى الجريدة ، في وقت مناسب لآخر موعد للطبع .

ثانياً : المحرر القضائي

والى جانب قسم الحوادث السابق الحديث عنه ، لابد أن يوجد معه قسم قضائي ، يتركز عمله في المحاكم ، حيث تعرض القضايا بكافة أنواعها ، التي يتفرع بعضها عن الحوادث ، ومن البعض الآخر من القضايا تخرج بعض الموضوعات الصحفية ، التي تهم القراء على إختلاف مؤهلاتهم ، وأمزجتهم . فمن هذه القضايا : السياسى والمالى والمتعلق بالجريمة . . إلخ ومن معظم هذه القضايا تنبع قصص ذات طابع إنسانى ، وتلقى عناية كبيرة من الجمهور ، وتحظى بإهتمامه فيقبل على قراءتها بشغف ، وخاصة إذا أحسن تقديمها ودراستها وكتابتها بأسلوب مشوق . ويعمل في هذا المجال أيضاً عدد كبير من المحررين الذين يجب أن تتوفر فيهم بعض الشروط الهامة ، الى جانب ما سبق ذكره بالنسبة للمندوب الصحفى ، وضرورة مراعاة بعض الأمور الهامة لتأدية العمل بنجاح ، ومنها ما يلى : -

(أ) من الضروري أن يكون المحرر القضائي مثقفاً قانونية ، ولماً بالإجراءات القضائية . فإن الجهل في هذه المسائل ، يفقده الدقة في رواية الأخبار ، وتقديمها الى القارئ . وقد يتسبب الإهمال في تقديم هذه البيانات ، فقدان الثقة فيما يقدمه الصحفي للنشر .

(ب) أن يقدم الصحفي القضايا ، كما وقعت في المحكمة ، من غير تأثير أو تدخل في سير القضية . فإن الخروج على هذا المبدأ - فوق أنه يعرض الجريدة لمسئوليات خطيرة - يعد تأثيراً على القراء فيما لا يجوز التأثير فيه .

(ج) على المحرر القضائي أن يعرف أن معظم أخبار المحاكم ، تتعلق بأحداث ظهرت فعلاً في موضع آخر من مواضع الأخبار من قبل . بمعنى أن أخبار المحاكم تنم أو متابعة لأخبار سبق نشرها . فالجريدة التي روت الجريدة أخبارها ساعة وقوعها ، وإلقاء القبض على المتهمين بإرتكابها ، تعود الى الظهور على صفحات الجريدة عند المحاكمة . كذلك فإن أخبار الحرائق والحوادث التي سبق نشرها ، تعود الى الظهور كقضايا ناشئة عن تلك الحوادث . إلخ .

(د) يتعين على المحرر القضائي أن يدون ملاحظات عن وصف المحاكمة ، مثل جمهور الحاضرين ، والشهود ، وما إلى ذلك . فلا يكفي بملاحظاته عن سير المحاكمة فقط ، ذلك لأن مقدمة المادة الصحفية التي يكتبها ، تُستمد أحياناً من حادث لا صلة له بإجراءات المحاكمة . وفي قاعات المحاكم مصدر خصب من مصادر الروايات الإخبارية ذات الزوايا الإنسانية .

(هـ) يجوز للمحرر القضائي كتابة أخبار المحاكم بوصفها أخباراً محضة ، غير أن الضرورة قد تدعوه الى تقديم الشرح والتفسير لتعزيز الرواية الإخبارية ، وبيان أهمية الوقائع والإجراءات ، بما لا يدع مجالاً للغموض أو عدم الوضوح .

(و) يحتاج المحرر القضائي قبل كل شيء ، الى معرفة الظروف المحيطة بالوقائع والعلاقات التي تتطوى عليها القضية المعروضة أمام المحكمة ، وهل توجد أوجه شبه بين هذه القضية وقضايا أخرى ؟ ومتى ؟ وأين ؟ وكيف ؟ وببدا من رفعت القضية ؟ ومن إرتكب الجريمة ؟ وهل هناك قضايا أخرى أو أحكام أخرى معلقة ؟ . إلخ فبمثل هذه المعلومات الأساسية عن الظروف المحيطة بالقضية ، يستطيع المحرر القضائي أن يوفى القضية حقها الكامل ، ويقدم الى القراء تقريراً واضحاً عنها .

(ز) إن الشرح الوافي للقضية يتطلب من المحرر القضائي ، دراية بالمصطلحات والإجراءات القانونية ، فلا يصح له الإكتفاء بمعرفة هذه المفردات القانونية لمنفعته الذاتية وحدها ، بل عليه أن يكون دائماً اليقظة ليساعد القارئ على فهم النقاط

الغامض ، فالوضوح ضرورى للفائدة العامة ، ولتعريف القراء بالملابسات المختلفة للقضية . فليس من المفروض فى القراء أن يفسروا أحكام المحاكم ، ويعرفوا مغزاها مثلاً ، بل على الصحفي أن يبين لهم ذلك بلغة الرجل العادى . ويستطيع المحرر القضائى أن يبسط للقراء ماغض عليهم من إجراءات المحاكم ، أو من نصوص الأحكام الصادرة فى القضايا . ومثل هذا التبسيط ضرورى فى جريدة توزع على نطاق واسع ، ويقرأها من العامة أكثر من الذين يقرأونها من الخاصة ، ولكن على المحرر القضائى أن يحذر من الوقوع فى جريمة القذف ، إذا حاول التبسيط أو الشرح فأخطأ المقصد .

(ح) وبناء على ما ورد فى البند السابق ، فإن المحرر القضائى يحتاج بالتالى ، إلى خبرة عملية ، وإتصال مستمر بالمحاكم ليالف المصطلحات الفنية ، والإجراءات الخاصة بالتقاضى . فلا بد له أن يكون على بينة بالنظام القضائى فى المنطقة التى يعمل فيها ، وأن يعرف القوانين ، وأنواع المحاكم ، وإجراءات التقاضى ، لأن كل ذلك يساعده على رواية أخبار المحاكمات بدقة وأمانة وصحة ويسر .

(ط) يتعين على المحرر القضائى عند إستقاء أخبار المحاكمات ، أن يضع نصب عينيه الآثار المترتبة على النشر، فما هو تأثير النشر فى المصالح الشخصية للقراء ؟ وما هو تأثيره فى المجتمع المحلى ، والمجتمع عامة ؟ فمن الصحيح أن القضايا جميعاً تهم المتقاضين فى المقام الأول ، ولكن هناك من القضايا ما يهم المجتمع بأسره ، ولا سيما إذا تعلق الأمر بتفسير قانون ، أو بإقرار مبدأ قانونى جديد ، أو بالفصل فى قضية لها كثير من القضايا المشابهة المنظورة أمام المحاكم . فالأحكام تتخذ دائماً سابقة يرجع إليها عند الفصل فى القضايا ، وتحرص الصحف على نشر تلك الأحكام لقيمتها الباقية .

(ي) ينبغى للمحرر القضائى أن يدرك أن عمله يختلف كثيراً عن عمل (كاتب المحكمة) ، الذى يسجل كل مايدور فى ساحة التقاضى ، من إستجواب ، ودفاع ، وشهادة ، وإدعاء ، وينقل حرفياً مايدور على الألسنة فى قاعة المحكمة ، دون أن يبذل جهداً فى إبراز ما يستحق الإبراز وحذف ما لا داعى له . أما المحرر القضائى فإنه يتخير عادة النقاط الهامة من القضية ، فيبرزها فى مقدمة موضوعه ، ولا يهتم بتسجيل كل مايدور فى المحكمة ، إلا إذا تعلق الأمر بقضية هامة ، تشغل الرأى العام كله . فهو يحذف كثيراً من الأقوال التى يراها ثانوية الأهمية ، ويلخص كثيراً من الأسئلة والأجوبة فى فقرات قصيرة موجزة . ثم إنه يعمد أحياناً الى وصف التعبيرات التى بدت على وجوه المتقاضين ، والقضاة ، والمحامين وغيرهم ، مما لا يرد عنه شيء فى سجل كاتب المحكمة . وإذا كان من الجائز لكاتب المحكمة أن يسجل فى مضابطه ، حتى عبارات السب والقذف التى ترد فى صلب المحاكمة ، فإن من العسير على المحرر

القضائى ، أن يردد أمثال هذه العبارات فى رواياته الإخبارية ، حتى لا يقع بدوره فى جريمة سب أو قذف تعرضه للعقاب .

(ك) من الضروري للمحرر القضائى أن يعرف أن المحاكمات التى تجرى سراً ، لا يجوز إفشاء أسرارها ، لأن ذلك يعرضه للعقاب . أما القضايا الأخلاقية فإن الصحفى يحتكم فى أمرها إلى ضميره وإلى سياسة جريدته . فينشر ما لا يتأذى منه القراء ، ولا ينشر ما من شأنه أن يضعف الوازع الخلقى بين القراء . وفى مثل هذه القضايا عليه أن يلجأ إلى التلميح دون التصريح معتمداً على فطنة القارئ .

(١٦) المحرر الاقتصادى :

تخصص الصحف حيزاً كبيراً لنشر الأخبار الاقتصادية ، التى تشتمل على أخبار المال والأسهم ، والأعمال التجارية ، وشئون المصارف والبنوك والصناعة والنقل والعمل والزراعة ، وغير ذلك من الأخبار التى تدخل فى باب الإقتصاد . وأخبار بعض تلك الشئون الاقتصادية ، قد تنشر على هيئة قوائم بالأسعار ، وقد تنشر مصحوبة بروايات تفسيرية وتوضيحية . وقد تنشر كأخبار تتعلق بإجتماعات أو يخطب أو أحاديث وتحقيقات صحفية ، أو عرض التقارير السنوية الاقتصادية ، أو تتعلق بحوادث أو وقائع أو سياسات معينة ، أو إنشاء مشروعات جديدة ، أو التوسع فى مشروعات قائمة ، وغير ذلك من الطرق الفنية الصحفية ، التى تنشر فى إطارها أخبار تلك المجالات الاقتصادية .

ويوجد فى الصحف أقسام إقتصادية ، يعمل بها عدد من المحررين الإقتصاديين ، الذين يتعاملون مع أخبار هذه الشئون الاقتصادية . ويجب أن يتوفر فى كل هؤلاء المحررين نفس شروط ومواصفات المندوب الصحفى السابق الحديث عنها ، إلى جانب ضرورة أن يتوفر فيهم بعض المواصفات والشروط الهامة الأخرى فى مجال تخصصهم ، لكى يمكنهم أداء عملهم على الوجه الأفضل . ومن تلك المواصفات والشروط ما يلى : -

(أ) يحتاج المحرر الإقتصادى إلى قدر وافر من المعلومات الإقتصادية الأساسية ، التى تساعد على النجاح فى مهمته . وكذلك الإلمام بمفردات اللغة والمصطلحات ، والإجراءات المتعلقة بشئون المال والإقتصاد والأعمال .

فإذا استطاع المحرر الإقتصادى أن يتمكن من المبادئ البسيطة والمحددة ، الخاصة بكتابة الأخبار الاقتصادية ، عليه بعد ذلك أن يتعمق فى علوم الإقتصاد والإجتماع والتاريخ الإقتصادى ، والإقتصاد السياسى ، وأن يتوسع بقدر المستطاع فى فهم الشئون الجارية فى هذه الميادين جميعاً . ذلك لأن خريج الجامعة حين يعمل محرراً إقتصادياً يكون فى مستهل حياته الثقافية ، لا فى نهايتها .

(ب) على المحرر الإقتصادي عند نشر الأخبار الإقتصادية المجردة ، أن يتبعها بمقارنات وتفسيرات ، كلما دعت الحاجة الى ذلك ، وأن يبسط الإحصاءات ، لأن القراء ليس من مهامهم تحليل تلك الأرقام ، بل قد لا يستطيعون ذلك بالمرّة . فمهمة الصحفي أن يقوم بتلك التحليلات والتفسيرات ، ويقدم لهم المادة الصحفية جاهزة . فالصحفي ينبغي عليه إظهار أهمية الإحصاءات بوضوح تام ، وهذا يدعوه الى عقد المقارنات بين الأرقام ، وهل الرقم الجديد بالزيادة أم بالنقصان . ومقارنة الأرقام الجديدة بأرقام السنوات الماضية ، وبأرقام مجالات أخرى لها صلة بها . فلا معنى لمعظم الأرقام ما لم تقم على المقارنة . وإذا كان المحرر الإقتصادي يفسر حادثة هامة متعلقة بالإقتصاد والمال والأعمال ، فعليه في الوقت نفسه أن يفسر العبارات الفنية التي يستخدمها في الكتابة ، ذلك لأن بعض الصحفيين كثيراً ما يألّفون المصطلحات الفنية التي يستخدمونها ، وينسون أن القراء لا يألّفون تلك المصطلحات ولا يعرفون معانيها ، ولن يحتاج الأمر إلا الى بضع كلمات يفسر بها المعنى المقصود لكل مصطلح حتى يفهمه القارئ .

(ج) يجب على المحرر الإقتصادي أن يعمل على تفسير الجوانب المدفونة ، أو الغامضة في الخبر ، وإظهار أهميتها للقراء ، فضلاً عن الإتجاهات التي تشير إليها . ذلك لأن الأرقام الخاصة بالأوراق المالية ، أو بأسعار السلع والعملات وما الى ذلك من المعلومات التجارية والمالية ، قد لا تكون هادفة في حد ذاتها ، ولكن إذا قورنت تلك الأرقام بما كانت عليه من سنة مضت مثلاً ، أصبح لها معنى ، وأمكن الإستفادة في التوقع بالمستقبل . وقد تمكن القراء من التأهب لمجابهة التقلبات الإقتصادية .

(د) على المحرر الإقتصادي ، أن يكون يقظاً ، حتى لا تتسلل الإعلانات المجانية عن طريقه الى أعمدة الأخبار في الصحيفة . فكثيراً ما تصل إليه نشرات وكتيبات الدعاية التي تُصدرها الهيئات ، والمؤسسات الإقتصادية ، وبعضها مكتوب في قالب مشوق بمعرفة أقسام العلاقات العامة في تلك الهيئات ، أملاً في أن تظفر من الجريدة بخبر منها .

(١٧) رئيس قسم الأخبار الخارجية : Foreign Editor

إن الصحف الكبيرة التي تحرص على الخروج من النطاق المحلي الى النطاق الدولي ، لا تكتسب هذه المكانة المرموقة ، ما لم يكن جهاز خدمتها الخارجية على أعلى المستويات ، وأن يكون في حد ذاته جهازاً صحفياً كاملاً ، يوفر للصحيفة القدرة على تغطية أهم أخبار العالم .

والخدمة الصحفية الخارجية في الصحف ترتكز على أجهزة متعددة : أولها وأعمها هو وكالات الأنباء ، وهذه تعمل بصفة مستمرة ، وتغطي مناطق العالم كله بطريقة

سريعة ، وتقدم للصحف الأخبار ، والصور ، والتقارير ، والخدمات الخارجية مقابل أجر معلوم ، فهي تعمل ٢٤ ساعة في اليوم ، وسبعة أيام في الأسبوع ، و٢٦٥ يوماً في السنة ، وتجمع الأخبار من جميع أنحاء العالم ، وتعيد توزيعها على جميع أنحاء العالم . وتقدم عدداً ضخماً من الأخبار الى الصحف ، حتى يتسع مجال الاختيار أمامها .

كما تركز الخدمة الصحفية الخارجية على مكاتب الصحيفة الكبرى في العواصم الأجنبية . وكذلك على المراسلين المتجولين ، والمراسلين بالقطعة ، والمعلقين الصحفيين الذين يجوبون مناطق العالم الحساسة ، بحثاً وراء الأحاديث والأفكار الصالحة لتعليقاتهم .

ويرأس هذا القسم صحفي يجب أن تتوفر فيه كل الصفات ، والمزايا ، التي ذكرناها في القيادات الصحفية السابقة . وتتحدد إختصاصاته في إختيار الأخبار الخارجية ، والموضوعات الصحفية الصالحة للنشر عن الدول الأجنبية ، والتي ترد من مراسلي الصحيفة على إختلاف أنواعهم ، ومن وكالات الأنباء العالمية والمحلية ، التي تشترك فيها الصحيفة ، وغير ذلك من مصادر الأخبار باللغات الأجنبية المختلفة . ثم يوزعها على المترجمين التابعين للقسم الخارجي ، لترجمتها الى اللغة التي تصدر بها الصحيفة . كما يتتبع أجهزة الإلتقاط والإستماع الخارجي ، لإختيار المواد التي تشغل الرأي العام العالمي ، وتهتم الرأي العام الداخلي أيضاً ، ويتم ترجمتها الى لغة الصحيفة . ثم يقوم بمراجعتها بعد ترجمتها ، ويرسلها الى قسم المراجعة لصياغتها الصياغة الصحفية النهائية قبل إرسالها الى المطبعة .

(١٨) محرر الشؤون الخارجية^(١) : Foreign Affairs Editor

مهمة هذا المحرر الكتابة في الشؤون الخارجية والعالمية . وينبغي أن تتوفر فيه عدة صفات حتى ينجح في أداء عمله : وفي مقدمتها أن يكون على ثقافة واسعة ، وأشمل بكثير مما يتطلبه غيره من المنووين والمحررين ، ولذلك فإنه يكون على دراية بالأحوال والشئون العالمية ، وما قد يتصل بها من الشؤون الداخلية ، الى جانب قدرته على تحليل الأحداث تحليلاً دقيقاً . ولذلك يجب أن يعرف الأنظمة القائمة في مختلف دول العالم ، وما يطرأ عليها من تعديل . كما يجب أن يكون عارفاً بالتاريخ المعاصر ، والجغرافيا السياسية ، والمشكلات الدولية ، والجنود التي نبتت فيها ، الى جانب الإلمام الكافي بالشخصيات العالمية الهامة ، ومواطن الضعف والقوة في كل شخصية إن أمكن ، ومدى شعبية الواحد منهم ، والأحداث التي تسيرها ، الى غير ذلك من المعلومات التي قد تفيده في عمله .

(١) راجع الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١٦٧ - ١٦٩ .

كذلك يجب أن يكون محرر الشؤون الخارجية دارساً للمشكلات السياسية والعالمية على الطبيعة . بمعنى أن يكون قد زار أكبر عدد من الدول والمدن الأجنبية التي تصنع الأحداث السياسية . ويكون ملماً بما يجرى فيها ، ولا يعتمد في ذلك على ما يقرأه أو يسمعه فقط من المعلومات ، إذ ينبغي أن ينتقل بنفسه الى هذه المناطق لجمع المعلومات اللازمة ، التي تخدمه في كتاباته .

كما يجب أن يكون محرر الشؤون الخارجية قادراً على غزيلة ما يرد إليه من أخبار ، فقد يكون بعضها متضاربة ، والنقاط الحقيقية تائهة وسط تلك الأخبار المتضاربة . وقد دأب بعض كبار المحررين للشؤون الخارجية ، الى السفر للمناطق التي تهتم معرفة الحقيقة عنها لإستخلاص تلك الحقائق بنفسه .

ونظراً لأن الصحافة تميل الى الصراحة والعلانية . بينما تميل السياسة الى الإخفاء والسرية ، لذلك فإن القارئ يتوقع من محرر الشؤون الخارجية ، أن يكشف له النقاب عن الأمور الخافية في خضم السياسة ، ويتوقع أن يلمس الحقيقة المجردة في صيغة غير ملتوية ، أو ملونة .

وكثيراً ما تؤثر الأحداث العالمية ، بطريق مباشر ، أو غير مباشر ، على الشؤون الداخلية ، وقد يجد محرر الشؤون الخارجية الصلة بين الأحداث العالمية والداخلية . فإذا لم تكن هذه الصلة واضحة فهو يوضحها . على أن القارئ للصحيفة يهتم بطبيعة الحال ، الأحداث التي يكون لها تأثير مباشر أو غير مباشر عليه في بلده ، أكثر من الأحداث التي لا يكون لها تأثير عليه . ولذلك يحاول محرر الشؤون الخارجية أن يجد هذه الصلة ، بين الأحداث العالمية والشؤون الداخلية ، لكي يضمن إقبال القراء على قراءة مايكتبه .

وعلى محرر الشؤون الخارجية ، الى جانب ذلك ، أن يراعى أن كتاباته كثيراً ما تترجم الى دول مختلفة ، وأن بعض هذه الكتابات قد تسيء الى العلاقات بين دولة وأخرى ، لذلك يجب عليه أن يراعى بدقة هذه المسألة ، حتى لا يكون سبباً - بقصد أو بدون قصد - في إساءة العلاقات بين دولة وأخرى .

وهكذا يتضح أن محرر الشؤون الخارجية مسئول أمام صحيفته ، ومسئول أمام نفسه وضميره ، ومسئول أدبياً في الخارج عما يكتبه في الداخل . ولذلك تهتم الصحف وتدقق في إختيار محرري الشؤون الخارجية ، حتى تتلافى الأخطاء التي يكون لها في بعض الأحيان آثار سيئة .

(١٩) المراسل الخارجى^(١) : Foreign Correspondent

تحرص الصحف الكبرى على تعيين مراسلين لها فى الخارج ، فى العواصم الدولية الكبرى ، خارج أرض الوطن الذى تصدر فيه الصحيفة ، ليوافوها بأهم أخبار تلك الدول ، ومايجرى فيها من أحداث هامة . كذلك فإن هذه الصحف ، تحرر على إرسال العديد من الصحفيين الى أماكن الأحداث الهامة فى العالم ، يعودوا الى الجريدة بتغطية صحفية سريعة وشاملة لهذه الأحداث .

والفرق بين المندوب الصحفى والمراسل الخارجى ، يتمثل فى مكان ممارسة كل منهما نشاطه الصحفى ، ولكن المهام التى يؤديها كل منهما واحدة . فالتفرقة إسمية لا تمتد الى مجال النشاط . فالمندوب يعمل داخل نطاق المدينة ، التى يقع فيها المركز الرئيسى للصحيفة ، والمراسل الخارجى يعمل خارج حدود الدولة التى تصدر فيها الصحيفة .

وبالرغم من ذلك فإن المراسل الخارجى ، قد يتميز ببعض الأمور اللازمة لتأدية عمله فى الخارج ، ومنها ضرورة أن يتقن إتقاناً جيداً عدداً من اللغات الأجنبية ، وخاصة اللغة الإنجليزية ، واللغة الفرنسية ، واللغة الخاصة بالدولة أو المنطقة التى يزاول فيها نشاطه الصحفى .

كذلك يجب أن يكون قادراً على ممارسة مختلف ألوان الفن الصحفى ، من خبر ، وتحقيق ، وحديث ، ومقال ، وعمود صحفى . إلخ وأن يكون متنوع الثقافة ، سواء كانت سياسية ، أو إقتصادية ، أو إجتماعية ، أو ثقافية ، أو فنية ، أو رياضية . لذلك فإن الصحف العالمية الكبرى ، تحرص على أن توفر لمراسليها الخارجيين ، فرصة التفرغ بين وقت وآخر ، للدراسة وإعادة التدريب . وكثير من المراسلين الخارجيين المعروفين فى العالم ، حصلوا على أكثر من درجة علمية فى أكثر من مجال : فى السياسة ، والإجتماع ، والإقتصاد ، والعلوم ، والإستراتيجية ، والتاريخ ، بالإضافة الى دراسة الصحافة والتحرير الصحفى .

والمراسل الخارجى لابد أن يكون متعدد القدرات ، فهو قادر على التعامل مع الزعماء ، والقادة ، فى الوقت الذى يستطيع أن يتعامل فيه مع رجل الشارع العادى . وهو مرة يعيش فى أعلى الفنادق فى العالم ، فى الوقت الذى يستطيع فيه أن ينام فى كوخ ، أو خيمة فى الصحراء .

(١) فن الخير الصحفى - مصدر سابق ص ٢١٦ و ٢١٧ وكذلك الصحيفة المثالية - مصدر سابق ص ١٢٠ و ١٢١ وكذلك من الخبر الى الموضوع الصحفى - مصدر سابق ص ١٩٥ وكذلك سعيد محمد السيد / إنتاج الأخبار فى الراديو والتلفزيون (القاهرة - عالم الكتب ١٩٨٨) ص ٧٧ .

وهناك أنواع عديدة من المراسلين الخارجيين ومنهم :-

أولاً : المراسل الدائم : Correspondent

وهو الذى يمثل الجريدة فى إحدى العواصم العالمية الهامة ، لمدة طويلة يستطيع خلالها تكوين العديد من الصداقات ، والعلاقات مع الشخصيات الهامة ، والمسؤولين فى هذا البلد ، وهو الأمر الذى يمكنه من التعرف على اتجاهات السياسة فى هذا البلد ، والكتابة عنها فى الصحيفة .

ثانياً : المراسل المتجول : Roving Correspondent

وهو لا يقيم فى الخارج بصفة دائمة ، وإنما يسافر الى مناطق إختصاصه حينما يتطلب الأمر تغطية حدث هام معين .

ثالثاً : المراسل المؤقت :

وهو الصحفي الذى توفده صحيفته الى مكان معين فى العالم ، لتغطية حدث هام ، ثم لا يلبث أن يعود الى مقر الصحيفة مرة أخرى ، بعد إنتهاء المهمة ليكتب عنها .

رابعاً : المراسل بالقطعة : Stringers

وهو يكون عادةً من سكان الدول الخارجية ، ويعمل للصحيفة بالقطعة وفقاً لتوجيه من الصحيفة ، أو إذا توافرت لديه عناصر خبرية هامة ، ويبرق بها الى الصحيفة التى يتعامل معها ، أو يملئها تليفونياً ، أو يرسلها بالبريد .

خامساً : المراسل الإقليمى :

وهو الصحفي الذى يختص بتغطية الأخبار فى منطقة أو إقليم معين ، كالمنطقة (العربية) مثلاً ، حيث ينتقل المراسل - ويكون فى العادة واحداً من عدة مراسلين يضمهم مكتب إقليمى - وراء الأحداث الهامة فى عدد من عواصم الإقليم مثل : بيروت - دمشق - عمان . . إلخ .

سادساً : المعلق الصحفي :

ومهمته أن يجوب مناطق العالم الحساسة ، بحثاً وراء الأحاديث أو الأخبار ، أو الفكرة الصالحة لتعليقاته . وهو يختلف عن المراسل المتجول فى أنه لا يركز أساساً على التغطية الإخبارية ، بل يحاول فى جولاته أن يفهم حقيقة مايجرى فى هذه المناطق ، لكى تأنى تعليقاته متفقة مع واقع الأحداث .

وهناك عدة إختصاصات وشروط ، ومهام يجب أن يراعيها المراسل الخارجى ومنها ما يلى : -

(أ) أن يكون المراسل ملماً بكل صغيرة وكبيرة ، تتعلق بمنطقة إختصاصه ، وما يحيط بها عن قرب . أو بمعنى آخر أن يعرف جغرافية المنطقة وتاريخها القديم والحديث .

(ب) أن يحتفظ لديه بملفات تحوى ملخصات سريعة لمجريات الأمور فى منطقة إختصاصه ، تسمح له بالإطلاع عليها فور تكليفه بمهمة فيها .

(ج) أن تكون له مصادره الهامة الرسمية وغير الرسمية ، وأن يظل يراقب مايطرأ على سياسة هذه المصادر وإتجاهاتها ، ليضمن دائماً صحة بياناته وإستنتاجاته . وهو بهذا يضمن أن يقدم لصحيفته تقارير صالحة للنشر ، إذا كلف بمهمة تتعلق بتغيير أوضاع ما فى منطقة إختصاصه .

(د) أن ينتقل فى منطقة إختصاصه مرات عديدة خلال العام ، ليجدد من معلوماته ، أو يزيد فى صلاته بمصادره الرسمية وغير الرسمية .

(هـ) أن يدرس طرق المواصلات والتنقلات فى منطقة عمله ، لأن هذه الدراسة تتيح له سرعة رسم خطة وطريقة عمله ، حتى تتاح له فرصة تحقيق السبق الصحفى .

(و) كذلك يجب أن يكون ملماً إلماماً تاماً بوسائل الإتصال السريعة ، اللازمة لنقل مواده الصحفية الى صحيفته إما بالبرق ، أو بالتليفون ، أو بالبريد ، وغيرها من وسائل الإتصال الحديثة .

(٢٠) المحرر المترجم^(١) : Translator

من المعروف أن أغلب الأخبار ، والمواد الصحفية التى تأتى الى القسم الخارجى فى الصحيفة ، تكون باللغات الأجنبية من غير اللغة التى تصدر بها الصحيفة . وقد تتعدد مصادر الخبر الواحد ، وتختلف وجهات النظر فيه . ورئيس قسم الأخبار الخارجية - كما سبق ذكره فى موضعه - يتولى إختيار الأخبار ، والمادة الصحفية التى تصلح للنشر فى الصحيفة ، ثم يقوم بإعطائها للمترجمين العاملين معه فى القسم ، لترجمتها الى اللغة التى تصدر بها الصحيفة . ومن هنا لايزال القسم الخارجى فى الصحف المصرية ، يسمى (قسم الترجمة) .

(١) راجع فى ذلك المدخل فى فن التحرير الصحفى - مصدر سابق ص ١٤٥-١٥١ .

والترجمة هي عنصر من عناصر تحرير الأخبار ، والمواد الصحفية الخارجية . وربما إقتصر عمل المحرر الخارجى أحياناً على مجرد الترجمة ، ولنجاح المترجم فى هذا المجال ، يقتضى تفوقاً ، ومهارة للمترجم فى اللغة المترجم منها ، واللغة المترجم إليها فى وقت معاً . والمترجم الضعيف فى إحدى اللغتين ، لا ينتظر له نجاح فى هذا العمل ، والترجمة الصحفية تتطلب من المترجم أموراً هامة منها :

(أ) أن يكون دقيقاً فى ترجمته الى حد بعيد ، وخاصة حين يتعرض لترجمة التصريحات الهامة ، والبيانات الرسمية ، والمعاهدات والإتفاقات الدولية ، لأن أقل خطأ أو تحريف فى الترجمة ، قد يترتب عليه نتائج على جانب من الخطورة فى العلاقات بين الدول . فقد يؤدى الخطأ فى الترجمة الى سوء فهم بين دولتين ، ويؤدى سوء الفهم الى إقدام أحد الطرفين على سلوك معين ، ويرد عليه الطرف الآخر بسلوك مماثل أو أشد ، وبذلك تسوء العلاقات ، وتسوء العواقب .

ولكن ليس معنى ذلك أن تجور الدقة فى الترجمة على سلامة الأسلوب العربى ، وتفقد رونه وصحته وروعته ، فلا بد من المحافظة على خصائص الأسلوب العربى نحواً ، وتركيباً ، وصياغةً ، وترتيباً . وإلا أصبحت الترجمة نفسها غير مفهومه ، ولامستساغة .

(ب) أن يكون المترجم عارفاً بالمصطلحات السياسية ، أو التعبيرات الدبلوماسية ، والعسكرية ، والإقتصادية ، والأدبية ، والعلمية ونحوها ، مما يرد فى البرقيات على اختلافها . وعلى المترجم الصحفى ألا يخلط بين هذه المصطلحات ، ولا سبيل الى ذلك إلا بالممارسة والمران ، والإستعانة بالمعاجم الخاصة ، والرجوع إليها عند الحاجة . وكذلك الإتصال بالمختصين ليستوضحهم بعض هذه المصطلحات ، ويعرف منهم ما يقابلها فى اللغة العربية . وذلك بطبيعة الحال أفضل للمترجم فى قسم الأخبار الخارجية ، من التخطئ فى ترجمة ربما لا تكون دقيقة ، ولا أمينة .

(ج) ينبغى للمحرر المترجم أن يتعرف قدر المستطاع على أساليب وكالات الأنباء ، حيث أن لكل وكالة طريقتها الخاصة فى عرض الأخبار ، والحكم عليها ، ومعرفة المحرر لهذه الأساليب تعينه فى الحكم على مدى الدقة ، التى تتوخاها كل وكالة منها فى نقل الخبر . كما تعينه على كشف التحريف ، أو التلوين الذى تعمد إليه الوكالات فى بعض الأحيان لأغراض معينة .

كان ذلك من ناحية الترجمة . أما فيما يتعلق بتحرير تلك المواد الصحفية بعد ترجمتها ، فإن بعض الصحف تسند هذه المهمة الى قسم المراجعة ، حيث يرسل القسم الخارجى المواد الصحفية بعد ترجمتها الى ذلك القسم لوضعها فى صيغتها الصحفية السليمة النهائية . إلا أن بعض الصحف حالياً تسند هذه المهمة الى المترجم ، للقيام

بالعمليتين : الترجمة والتحرير فى وقت واحد ، وبذلك لم يعد عمل المحرر المترجم كله ترجمة فقط ، ولا يترجم البرقيات الخارجية بحذاقيرها ، اللهم إلا إذا كانت هذه البرقيات تشتمل على تصريحات هامة ، أو بيانات رسمية ، أو نصوص معاهدات وغير ذلك كما سبق إيضاحه .

فالذى يحدث عادةً أن يجد المحرر المترجم أمامه كومة من البرقيات عن حادث معين ، ويطلب منه رئيس القسم أن يستخلص منها جميعاً خبراً على عمود واحد أو عمودين أو أكثر . وإذا قام المحرر المترجم بترجمة جميع البرقيات التى أمامه ، ضاق وقته ووقت صحيفته عن هذا . ولذلك نجد أن المحرر المترجم يلجأ إلى إتباع الخطوات التالية :

(أ) يقوم بتصفية البرقيات وغربلتها ، وإختيار أكثرها أهمية ، ويفاضل بين برقيات الوكالات المختلفة فى الحادث الواحد ، وذلك على أساس أهمية الموضوع من جهة ، ومن تجربة المحرر نفسه مع هذه الوكالة أو تلك من جهة ثانية .

(ب) تصفية البرقية الواحدة ، فإنها غالباً تتألف من أجزاء متفرقة ، منها المهم ، ومنها غير المهم . وفيها الحشو وغير ذلك . وعمل المحرر المترجم هنا هو إستبعاد ما لا حاجة إليه ، والإبقاء على المهم وترجمته .

(ج) لا يتقيد المحرر المترجم بترتيب معلومات الخبر كما أوردته وكالة الأنباء تماماً ، فقد تبدأ الوكالة بناحية لا تعد مهمة فى نظر الصحيفة ، ولا فى نظر القارئ المحلى ، وقد توجد المعلومة الأهم ، من وجهة نظر الصحيفة ، فى نهاية البرقية . وعمل المحرر المترجم فى هذه الحالة أن يقرأ البرقية قراءة فاحصة سريعة ، ويلم بكل النواحي الهامة على عجل ، ثم يتصرف فى الترجمة بما يتفق وسياسة الصحيفة من جانب ، وإهتمام القارئ المحلى من جانب آخر .

(د) على المحرر المترجم ألا يعتمد على وكالة واحدة بعينها ، حتى يطلع على غيرها من الوكالات فى نفس الموضوع الذى يقدمه .

(هـ) بعد الفراغ من تجميع الجوانب المختلفة للخبر وترجمتها ، تبدأ المهمة الأساسية للمحرر ، إذ أن جميع الخطوات السابقة ليست إلا تمهيداً لهذه الخطوة الهامة ، وهى صياغة المادة الصحفية صياغة سليمة ، تعتمد على إختيار أهم الزوايا التى يتألف منها الخبر الذى يتكون من مقدمة واصل ثم يضع له العنوان المناسب ، وإن كان من حق رئيس القسم أن يحدث مايشاء من التغيير فى صيغة الخبر بعد ذلك .

Photographer : (٢١) المصور الصحفي^(١)

تعتبر الصورة الصحفية دعامة هامة من دعامات نجاح المادة الصحفية فى الصحافة الحديثة . وتقوم بدور أساسى فى تحقيق أهداف الصحافة ، وتأدية وظائفها ، فى عصر تسوده لغة بصرية ، نشأت نتيجة للتفوق الكبير فى فن السينما وفن التليفزيون ، وإزدياد عنف المنافسة بينهما وبين الصحف . ومع أن الصور قد استخدمت فى الصحف منذ أكثر من قرن ، فإن التوسع الكبير فى إستخدامها خلال النصف قرن الأخير ، كان أبلغ الأثر على الصحافة منه فى أى وقت مضى . فحتى العقد الرابع من هذا القرن ، لم تكن الصحف تحمل أكثر من صورتين فى صفحاتها الأولى ، ونحو عشر صور أخرى فى بقية صفحاتها . وكانت الصور فى معظمها تنتم بالجمود والتصنع . أما الآن فإن التغير قد أصاب الصور ، فى عددها وحجمها وطبيعتها ، وخصصت لها مساحات كبيرة ، بل وصفحات كاملة فى بعض الأحيان . والمقصود بالصورة الصحفية هنا ، هى الصورة التى تحقق غرضاً صحفياً معبراً ، وتنفط بالمعنى فى وضوح وبساطة ، وتكمل للقارئ متعة بقراءة المادة الصحفية ، وترز يد مظهر الجريدة بهاءً ، وتيسر على القارئ مهمة قراءة الصحيفة . وهذا يبرهن على صدق المثل الصينى الذى يقول « إن صورة واحدة قد تساوى عشرة آلاف كلمة » .

ولعل أهم ما يميز التصوير الصحفى أنه فن هادف ، له أغراضه المحددة ، ويرتبط بالواقع فى مختلف مجالات نشاط الصحيفة ، سياسياً ، وإقتصادياً ، وإجتماعياً ، وإنسانياً ... إلخ .

والمصور الصحفى ، يتعاون مع المندوبين والمحريين الصحفيين ، وعمله مكمل لعملهم . وهناك العديد من القواعد والشروط التى يجب أن يراعيها المصور الصحفى فى عمله ، والعديد من المواصفات والمميزات التى يجب أن تتوفر فيه شخصياً حتى ينجح فى عمله ، ويؤديه على الوجه المطلوب ، ومنها ما يلى : -

(١) أن يراعى المصور الصحفى أن عملية الربط بين الصورة والمادة الصحفية ترتكز على قواعد أساسية ، ويكون تطبيقها تصبح الصورة فى واد ، والمادة الصحفية فى واد آخر . ولذلك يجب أن تكون الصورة مكمل للمادة الصحفية ، بإعتبار أنها هى وكلامها تحل محل أجزاء من المضمون .

(١) راجع فى ذلك كتب : الفن الصحفى فى العالم - مصدر سابق ص ١٧٣-١٧٨ وكذلك دراسات فى الفن الصحفى - مصدر سابق ص ٢٧٢ و ٣٠٠ - ٣٠٦ وكذلك الصحيفة المثالية - مصدر سابق ص ١٥١ - ١٥٥ وكذلك المندوب الصحفى - مصدر سابق ص ٢٢١ - ٢٣٢ وكذلك إستقاء الأنباء فن - مصدر سابق ص ٣٤٤ - ٣٥٠ .

(ب) إذا كان المصور الفنان ينظر الى الصورة على أنها وسيلة من وسائل التعبير الجمالى ، فإن المصور الصحفى ينظر إليها على أنها وسيلة من وسائل الإعلام ، وتركز على القيم الصحفية دون غيرها ، ويحرص على أن يكون لكل صورة سبب وجيه فى وجودها ، وأنها ليست لمجرد سد فراغ فى الصفحة ، أو تكملة الناحية الجمالية فى الإخراج الصحفى فقط . بل يجب أن تجذب إنتباه القارئ ، حتى يقضى فترة زمنية متأملاً فى تعبيراتها الصحفية ، وبذلك لا تكون المساحة التى شغلتها ضائعة ومفقودة .

(ج) المصور الصحفى لا يختلف عن المنوب الصحفى أو المحرر الصحفى . فكلاهما يمكن أن يحقق كسباً وإنفراداً صحفياً . الأول بإلتقاط صورة ناطقة معبرة لا ينافسه فى قيمتها أحد . والثانى بإنفراده بمعلومات وبيانات تفيد القارئ ولا يجدهما فى صحيفة أخرى . على أن مهمة المصور الصحفى قد تكون أشق من مهمة المنوب الصحفى ، لأنها تتطلب منه سرعة خاطر ، وإنتباهاً مشدوداً للحدث الإخبارى . ففرصة اللقطة الناجحة قد تمر فى ثوان معدودة ، ثم لا تتكرر . أما المنوب الصحفى الذى ينقل الوقائع ، فقد يفوته إلتقاط الوقائع بعد حدوثها مباشرة ، ولكنه يستطيع اللحاق بها بالسماع من شهود العيان . بينما آلة التصوير (الكاميرا) هى شاهد العيان ، الذى يجب أن يكون فى مكان الواقعة كى يسجلها وينفرد بها .

(د) على المصور الصحفى مراعاة أن الصورة الصحفية المطلوبة للنشر فى الصحف ، هى الصورة التى تلتقط وصاحبها يتعامل مع الحدث ، ويتحرك ويراقب ويتعجب ويتسائل الى آخر الحركات الحية ، التى تبعث فى الصورة نوعاً من الحيوية .

(هـ) عند التقاط صور تشتمل عل أشخاص غير معروفين ، أو لم يسبق تقديمهم الى القراء ، يجب على المصور الصحفى أن يبادر بتسجيل أسمائهم ، وهوياتهم فى ورقة يستعين بها فى إعداد كلام الصورة المرفق مع الأصل . والعادة المتبعة هى أن يقوم المصور بتقديم الصور الى التحرير ملصقاً فى ظهرها كلامها ، الذى يُعتمد عليه فى الصياغة النهائية لكلام الصورة ، والذى يظهر معها مطبوعاً فى الصحيفة . وما لم يبادر المصور الى جمع هذه المعلومات وقت إلتقاط الصورة ، فإن النتيجة هى أن تفقد الصورة أكثر أهميتها .

(و) يجب أن يتمتع المصور الصحفى بالمؤهلات التى يتمتع بها غيره من الصحفيين ، بالإضافة الى تمتعه بمؤهلات فنية خاصة . ذلك لأنه مكلف بعمل صحفى وفنى فى ذات الوقت . فإلى جانب أنه مصور ، إلا أنه يجب أن يتمتع بحاسة الشم الصحفية ، شأنه شأن الصحفى ، وأن يكون ذا قدرة على قياس أهمية المادة الصحفية ، التى يعمل فيها الى جانب الصحفى الذى يقوم بكتابتها .

(ن) يجب أن يتمتع المصور الصحفي بصفة الشجاعة ، والجرأة فى عمله ، حتى يمكن الحصول على صور ممتازة ، تنافس بها الصحيفة التى يعمل فيها غيرها من الصحف المنافسة .

(ح) من واجب المصور الصحفي أن يكون مطلعاً أولاً بأول على مختلف الأخبار والصور ، وماتنشره الصحف ، وأن يزن قيمة عمله بالنسبة لعمل الآخرين . ولا ريب أن الإطلاع المستمر على كتب التصوير ، وقراءتها تفيد الى حد كبير فى تحسين عمله ، وإستمرار التقدم فى أساليب العمل الفنى كمصور ، وتنمية مواهبه وتدريبها .

(ط) على المصور الصحفي أن يراعى أن يكون عدد الصور التى يلتقطها مناسباً ، بحيث يكون فى الإمكان إختيار أحسنها وأنسبها للمادة الصحفية .

(ي) هناك أمر هام ينبغى أن يراعى فى التصوير الصحفي ، ذلك أنه فى بعض المناسبات يمكن للصحفى أن يتوقع شيئاً متصلاً بعملية التصوير التى يقوم بها ، فعليه أن يستعد لذلك مسبقاً ، وقد يضطره الأمر فى بعض الظروف الى معاناة المكان ، الذى سيقوم بالتصوير فيه قبل مناسبة التصوير الى غير ذلك . هذا الى جانب إستخدام حاسة الشم الصحفية قبل الموعد الذى يجرى فيه التصوير . فالقارئ يستطيع أن يميز بين المصور الصحفي القدير وغير القدير من الصور التى تنشرها الصحيفة ، وتظهر بها أثر الحاسة الصحفية والمجهود الذى بذله المصور .

(ك) إن وسائل الإتصال الصحفية من المسائل الهامة ، التى يجب أن يعمل المصور الصحفي حسابها . ذلك لأن المصور الذى يستطيع أن يلتقط صورة نادرة ، وفرصة ناجحة ، ولا يمكن أن يوصلها الى الصحيفة فى الوقت المناسب ، فقد يكون ذلك كفيلاً بضيايع مجهوده ، وضيايع فرصة هامة على الصحيفة من الإنفراد بها . إذ يجب إرسال الصور الى المكان الذى يريده فى أسرع وقت ممكن ، وبأيسر الطرق ، حتى لا تضيع صفة السرعة المطلوبة للطابع الإخبارى العاجل .

(ل) يجب أن يكون للمصور - شأنه شأن الصحفى - إتصالات واسعة بمختلف الجهات ، خاصة التى يستطيع أن يحصل منها على صور تفيد صحيفته . وعليه أن يختار مصادر صوره بحيث تكون دقيقة ويمكن الإعتماد عليها .

(م) على المصور الصحفي أن يحرص على معرفة قيمة آلة التصوير التى يستخدمها ، ونوعها ، وإمكاناتها ، فهناك بطبيعة الحال فرق كبير بين آلات التصوير التى يستخدمها الهواة ، وآلات التصوير التى يستخدمها المحترفون . ذلك أن آلات التصوير التى يستخدمها الهواة ، كثيراً ما تكون بسيطة ، سهلة الإستعمال ، ولكنها فى ذات الوقت تضيع الفرصة على المصور فى كثير من المناسبات ، إذا كان المصور من المحترفين . فالآلات تصوير المحترفين لابد أن تكون على قدر كبير من الكفاءة ،

بحيث يمكن أن تعمل في ظروف التصوير الصعبة ، والسهلة على حد سواء ، دون أن يؤثر ذلك على وضوح الصورة ، ودقتها . كما أن المصور نفسه يقوم بدور كبير إلى جانب آلة التصوير . ذلك لأن آلة التصوير وحدها لا يمكن أن تعمل بإتقان ، إلا إذا كان المصور على علم تام بطريقة إستخدامها ، وبخبرته الواسعة في إستخدامها في ظروف العمل المختلفة ، وفي الظروف الجوية المختلفة .

(ن) لقد تطورت فنون التصوير تطوراً كبيراً في السنين الأخيرة ، حتى إن بعض النقاد الفنيين يشبهون المصور بالرسام في بعض النواحي ، ذلك لأنه إذا كان الرسام يرسم الصورة ويضع فيها غاية فنه ، فإن المصور يمكنه أن يوجد في الصورة شيئاً يجذب الإنتباه ، أكثر من أن يكون مسجلاً للشيء الذي يريد تصويره . فإذا كان المصور الصحفي ليس مطالباً بأن يكون كمصور الإستوديو ، إلا أنه يستطيع أن يوجد في الصورة شيئاً يجذب الأنظار ، مستخدماً الزوايا المناسبة ، والأوضاع التي تثير الإنتباه .

(س) لما كان التصوير من الفنون التي تسيطر عليها الناحية الشخصية الذاتية ، أكثر من الناحية الموضوعية ، فإن المصور يستطيع أن يتفوق على غيره ، عن طريق الذاتية ، طالما أنه يسير على القواعد الصحفية ، إلى جانب الإحساس بالصورة . وقد يتسائل البعض عن أولوية القواعد في التصوير الصحفي ، وهل يضع المصور في إعتباره القواعد الفنية أو ظروف العمل الصحفي ؟؟ والإجابة أن إلقاط الصورة يوضع في الإعتبار أولاً ، خاصة إذا كانت الظروف لا تسمح بالحصول على صورة تتجمع فيها الشروط الفنية المعروفة .

(ع) لقد رافق التغيرات التي أصابت التصوير الصحفي ، تغير في دور المصور ، فلم يعد مجرد عامل يعتمد على إدارة آلة التصوير ، بل أصبح صحفياً أيضاً يتمتع بعدة مزايا أهمها الحس الفوتوغرافي ، والقدرة على الموازنة وإتقان فنون التصوير ، من تشغيل للآلات ، إلى إستخدام للمعدات ، وإتقان عمليات التحميض والطبع ، والتكبير والتصغير وغيرها . فضلاً عن العناية بالقيم الإخبارية ، والدراية الواعية بأساليب معاملة الناس ، مع إلمام بالنواحي القانونية المتصلة بالنشر ، وجرائم السب والقذف ، ومقدرة فائقة على العمل في الظروف الصعبة .

(ف) ليس المصور الصحفي مجرد صانع ، أو صاحب حرفة ، ولكنه في حقيقة الأمر صحفي له رسالة ، وفنان يفعل بالأحداث ، ويتأثر بحسه المرفه ، ويدرك المواقف ، ويقدرها تقديراً إجتماعياً بحسه الصادق . فإذا رأى منظرأ مؤثراً لا يكفى بذرف الدموع ، بل تتحرك يده ليلتقط صوراً صادقة ، يعلم بذكائه الصحفي أنها لابد وأن تحرك مشاعر الناس كما حركت مشاعره . وقد يشاهد منظرأ مضحكاً ، فلا

يكتفى بالضحك ، بل تتحرك أصابعه ليلتقط صوراً معينة من زاوية فنية تثير الضحك بين القراء .

(ص) وإذا كان المصور يلتقط معظم الصور بموجب تعليمات من رئيس قسم التصوير بالجريدة ، أو من غيره من رؤسائه ، أو من المندوبين الصحفيين الذي يرافقهم لإلتقاط صور لموضوعاتهم وأخبارهم الصحفية ، إلا أن هذا لا يلاحظ دائماً في العمل الصحفي ، وذلك لأن المصور يكون على دراية بواجبات المصور الحقيقية ، من واقع عمله ، وإن قراراته في ميدان العمل تظل هي القوة الحاسمة ، المقدرة للصورة الفعلية التي يلتقطها ، وهذه هي المميزات التي تجعل المصور صحفياً يمتاز على غيره .

(ض) إن الصس الفوتوغرافي موهبة تصقلها الخبرة ، والدراسة ، بحيث تصبح الحياة بالنسبة للمصور سلسلة طويلة من الإحتمالات ، التي يمكن أن تلتقط بالعدسة . وهكذا ينظر إلى كل مجال ، وكل حدث ، وكل حركة من زاوية الصورة التي يمكن أن تعبر عنه . وفي كل مناسبة يجب أن يفكر المصور ، في أفضل طريقة يلتقط بها الجوانب التصويرية ، التي تعبر عن جوهر الحدث ، ولا يمكن أن يفعل ذلك ، إلا إذا أسعفته مقدرة على معالجة جهازه التصويري في يسر وبساطة . فالمصور الصحفي كالجندي لابد وأن يعرف قيمة سلاحه ، ومداه ، وطرق إستعماله . وهو في نهاية الأمر يستطيع أن يعمل بألة التصوير والمعدات الأخرى ، كالعديدات الملحق ، والفلش ، والأفلام وكأنها جزء من نفسه . ويعرف المصورون الصحفيون أنهم كثيراً ما تضطربهم الظروف إلى إلتقاط الصور في الظلام الدامس ، مثل التصوير أثناء الغارات الجوية التي يحظر خلالها الإضاءة بجميع أنواعها . والمصور لا يستطيع أن يحقق نتائج طيبة في هذا الصدد ، إلا بالعلم والمران حتى يصل إلى التلقائية في العمل .

(ظ) لابد للمصور الصحفي أن يتقن فن معاملة الناس ، حيث أن الأشخاص المرشحين للتصوير يصنفون في ثلاث فئات : فئة قابلة للتعاون ، وفئة غير قابلة للتعاون . وفئة غير قادرة على التعاون . والفئة الأولى تتمثل في ثلاثة أنواع من الشخصيات : الأفراد المغمورين الذين يسرهم أن يجدوا صورهم منشورة في الصحف . ونجوم الفن الراغبين في الدعاية لأنفسهم . والأشخاص الذين يسهمون في حملات ويريدون الترويج لها . أما فئة غير القابلين للتعاون فيمكن تمثيلها بالأشخاص الذين يعتقلون لجرائم إرتكبوها . والأفراد الذين يضبطون في ظروف محرجة ، والأشخاص الخجولين الذين تزعجهم الدعاية الشخصية . ويمكن تمثيل فئة غير القادرين على التعاون بالأشخاص المشتركين في مشاجرات ، أو مباريات رياضية ، أو رجال المظلات وهم يهبطون بمظلاتهم . والمشكلة التي يواجهها المصور هي مع الفئة

الثانية ، وهى تحتاج الى براعة وكياسة فى المعاملة . ويحذر المصور الصحفى دائماً ، من الوقوع فى شرك جرائم القذف والسب أو التشهير ، شأنه فى ذلك شأن الصحفى الذى يستخدم الكلمة ، ولذلك كان عليه أن يدرس قوانين النشر وجرائمه .

وبعد أن إنتهينا من الحديث - خلال هذا المطلب - عن أهم الأشخاص العاملين فى جهاز التحرير بالجريدة ،، ننتقل إلى الحديث عن أهم العاملين فى جهاز التحرير بالمجلة ، وهو موضوع المطلب التالى .

* * *
* *

المطلب الثاني

جهاز التحرير في المجلة (*)

يتضمن هذا المطلب الحديث عن أهم العاملين في جهاز التحرير بالمجلة ، وهم ينقسمون إلى نوعين : النوع الأول الذين يعملون ضمن هيئة تحرير المجلة الثابتين ، والنوع الثاني المصاحفين من خارج أعضاء هيئة تحرير المجلة .

* * *

في البداية يهمننا أن نوضح أن هناك تشابهاً يكاد يكون متطابقاً ، بين بعض العاملين في جهاز التحرير بالجريدة والمجلة ، سواء كان ذلك في التسميات التي تطلق عليهم ، أو في طبيعة عملهم ، والأقسام التي يعملون فيها ، مع مراعاة وجود بعض الفوارق البسيطة في طبيعة عمل بعض العاملين في جهاز التحرير بالمجلة ، التي تعتمد على كتابات المصاحفين أكثر من الجرائد ، وهم أشخاص من غير أعضاء هيئة تحرير المجلة الثابتين ، وتتوقف نوعيات كتاباتهم على طبيعة المضمون المنوع ، الذي تحمله المجلة ، خاصة المجلات العامة ، التي قد لا تستطيع أن تغطي كل هيئة تحرير المجلة .

والمجلة بصفة عامة تحصل على المواد الصحفية المختلفة ، سواء كانت مكتوبة ، أو مصورة ، أو مرسومة ... إلخ . من مصدرين أساسيين : أحدهما المصادر الداخلية أو الذاتية الخاصة بالمجلة ، وهم هيئة تحريرها المتمثلة في ناشري المجلة . ورؤساء التحرير ، ومعاونيه ، وكتّابها ، وأعضاء جهاز التحرير ، والمصورين ، والرسامين ، والمراسلين ، والمستشارين ، والمعلقين ممن يعملون للمجلة فقط ، ولا يمارسون أي عمل خارجها .. وكذلك تحصل على مادة صحفية متنوعة من المصادر الخارجية ، أو غير الذاتية ، ويقصد بهم تلك المصادر التي تعتمد عليها المجلة من غير هيئة تحريرها ، ومنهم الكتّاب الأحرار (المصاحفون) والمصورون ، والرسامون ، والوكالات المتخصصة المختلفة ، والقراء ، ومكاتب الإعلانات والمصادر الإعلانية الأخرى ، ومكاتب الخرائط والرسوم ، ومجلات أخرى يعاد نشر بعض موادها ، والجرائد والكتب ووكلاء الكتب ... إلخ .

ونتعرض فيما يلي للحديث عن أهم أعضاء هيئة التحرير بالمجلة أو جهازها التحريري ، ثم الأشخاص العاملين من خارج جهاز التحرير ، والذين يطلق عليهم الكتّاب الأحرار (المصاحفون) .

(*) إعتدنا في هذه الجزئية بصفة أساسية على كتاب (المجلة . . . مصدر سابق) ص ٩٧ وما بعدها .. إلى جانب بعض المصادر الثانوية الأخرى .

أولاً: هيئة تحرير المجلة Staff Member

يضم جهاز تحرير المجلة عدداً من المحررين الذين تعتمد عليهم في إعداد موادها الصحفية المختلفة .. ومصطلح محرر يطلق علي أعضاء الجهاز التحريري ، أو هيئة التحرير بشتى المناصب . ويتوقف حجم محرري المجلة ، أو عدد العاملين في جهازها التحريري ، وتنوع إختصاصاتهم ، علي نوع المجلة وتخصصها ، ودورية صدورها . وتوجد قاعدة صحفية تقول : إن هناك تناسباً عكسياً بين عدد المحررين ودرجة تخصص المجلة . فكلما إتجهت المجلة الى التخصص قل عدد محرريها ، أعضاء الجهاز التحريري ، وزاد عدد الكتاب الخارجيين الأحرار أو المصاحفين .. وكلما إتجهت المجلة الي المضمون العام زاد عدد محرريها ، وقل عدد الخارجيين الذين تعتمد عليهم كمصادر للمواد الصحفية .. ومهما يكن من شيء فإن عدد أعضاء هيئة التحرير بالمجلة بصفة عامة ، يكون أقل بكثير من زملائهم ، أعضاء هيئة التحرير بالجريدة ، لأن أغلب كتاب المجلة من الخارج ، ويتقاضون أجوراً لما يكتبونه ، أو يترجمونه للمجلة .

وفي العادة يضم هذا الجهاز رئيساً للتحرير ، ومجموعة من معاونيه ، ومساعديه ، ونوابه . وقد يكونون (مدير التحرير - مساعد رئيس التحرير - نائب رئيس التحرير - رئيس التحرير التنفيذي - رئيس التحرير المساعد ... الخ) . وتختلف تسميتهم من مجلة إلى أخرى ، وكذلك مشرفاً فنياً ، وسكرتيراً للتحرير ، وكبيراً للمراجعين ، وكبيراً للمصورين ، ومحرراً للصور ، ومحرراً للمعلومات ، ورؤساء الأقسام أو مسئولى الأبواب ، ومحررين ، ومنوبين ، ومراجعين ، ومصورين ، ورسامين ، وخطاطين ... إلخ . وعملهم لا يكاد يختلف عن عمل المحررين السابق الحديث عنهم في الجريدة ، إلا في بعض الأمور التي تقتضيها طبيعة العمل في المجلات ، لإختلاف القراء ، والمادة التحريرية ، وفن التحرير نفسه من ناحية ، والعرض والأسلوب والأنماط الفنية من ناحية أخرى . وكل ذلك يتطلب إختلافاً واضحاً في البناء البشري بالمجلة وطبيعة عملهم .

(١) رئيس التحرير :

يجب أن تتوفر في رئيس التحرير بالمجلة ، كل المواصفات والشروط التي سبق عرضها ، عند الحديث على رئيس تحرير الجريدة ، إلي جانب بعض المواصفات اللازمة لرئيس تحرير المجلة . فهو المسئول الأول عن تحرير المجلة ، والشخصية المركزية ، والقوة النشطة في جهاز التحرير . فكل مقاليد الرياسة تسكن معه . وقد يكون دخل

رئيس قسم الإعلانات أكبر بكثير من دخله ، ولكنه لا يملك مكانته ، وإحترامه كرئيس لجهاز تحرير المجلة (*). والشخص الوحيد الذى يعلوه في الوظيفة والمنصب ، هو مالك المجلة أو ناشرها (The Publisher) ويوازيه رئيس مجلس الإدارة .

وكان رئيس التحرير فى الماضى يكتب معظم صفحات المجلة ويديرها ، بحكم قلة عدد المحررين وإهتمامات القراء المحدودة ، والتوزيع المتواضع للمجلة . وقد تطورت نوعية رئيس التحرير فى الوقت الحاضر ، إلى شخص مسئول عن توجيه المجلة وإدارتها ، إلى جانب مسئوليات كثيرة أخرى لم تعد تتح له الفرصة ليكتب كثيراً ، كما كان يحدث فى الماضى . لذلك أصبحت مهمته الأساسية الآن ، أن يدع الآخرين يكتبوا ، ويوجههم ويخطط لهم ، ويراقب أسلوب التنفيذ . وبصفة عامة أصبح قريباً من منفذ للتحرير ورجل أعمال ، وفنان طباعى ، ومدير إدارة ... الخ . وتتنوع وظائف رئيس التحرير وفقاً لحجم المجلة ، وعدد محرريها ، وتوزيعها . فالمجلة الصغيرة يقوم رئيس التحرير بمعظم مسئوليات إدارة جهاز التحرير ، ولا يحتاج لمعاونين له ، فى حين يحتاج فى المجلة العامة الجماهيرية ، ذات التوزيع الضخم إلى أكثر من معاون .

ويقسم البعض وظائف رئيس تحرير المجلة إلى خمس وظائف هي : -

(أ) وظيفة إقتصادية : وتتركز فى تحكمه فى شراء مقالات المصاحفين ، وأعمال المصورين والرسامين . والتعاقد مع الوكالات المتخصصة ، وتحديد المكافآت أو المرتبات والخصومات والجزاءات ، وتحديد عدد النسخ التي تطبع من كل عدد من أعداد المجلة ، ويتشاور مع المختصين على رفع سعر الإعلان ، أو زيادة الاشتراكات ... الخ .

(ب) وظيفة تتعلق بالرأى العام : وذلك بتحليل اتجاهاته نحو مجلته ، ورأى القراء والعاملين ، والمسئولين ، ورؤساء التحرير الآخرين ، والإطلاع على بحوث إستطلاعات الرأى العام ، ورسائل القراء ... الخ .

(*) فى تاريخ المجلة نجد أن كل مجلة - عكس الجريدة - ترتبط بإسم رئيس تحرير مرموق . فهم شخصيات عامة بارزة ، وكتاباً أو أدباء وقصاصين وشعراء أفذاذ .. ففى مصر مثلاً نجد مجلة (روضة المدارس) ترتبط بالطهطاوى . ومجلة (يعسوب الطب) ترتبط بإسم على البقلى . ومجلة (الرسالة) ترتبط بإسم أحمد حسن الزيات . ومجلة (أبوللو) ترتبط بإسم أحمد زكى أبو شادى . ومجلة (اللطائف) ترتبط بإسم إسكندر مكاريوس . ومجلة (الكشكول) ترتبط بإسم سليمان فوزى . ومجلة (روز اليوسف) ترتبط بإسم فاطمة اليوسف ومحمد التامسى . ومجلة (المصور) ترتبط بإسم فكرى أباطة . ومجلة (الهلل) ترتبط بإسم جورجى زيدان . ومجلة (آخر ساعة) ترتبط بإسم على أمين ومصطفى أمين . وفى كل هذه الحالات تختفى شخصية رئيس التحرير العامة كإديب أو شاعر أو ناقد أو قصاص ... الخ . ويصبح أقل لمعاناً ويبرز فى المبتقع العام . وتظهر شخصية رئيس التحرير الصحفى المحترف .

(ج) **وظيفة التوجيه** هي النواحي الفنية الصحفية : فيقتراح أفكار الكثير من الموضوعات المكتوبة أو المصورة ، وأساليب معالجتها . ويحدد بمفرده أو مع آخرين السياسة التي تتبعها المجلة في المسائل العامة . ويشرف على العمليات الفنية الأخرى في المجلة . وكلما كانت المجلة كبيرة ، قلت العمليات الفنية التي يؤديها رئيس التحرير ، أو يشارك فيها . وتشمل العمليات والنواحي الفنية : تحرير الموضوعات ، وتحديد شكل الصور وأسلوب إخراجها ، وكتابة التعليق أو الكلام المصاحب للصور . والموافقة على تبويب المجلة ، ووضع الجدول الزمني للتنفيذ ، وتصميم المجلة ورسم الماكيت الخاص بها . وقراءة البروفات والموافقة على بروقة المطبعة الأخيرة .

(د) **وظيفة الكتابة** : وتختلف هذه الوظيفة أيضاً حسب حجم المجلة وعدد محرريها . ففي المجلة الصغيرة ، قد يكتب عموداً شخصياً ، وأكثر من موضوع . ويرد على رسائل القراء ... الخ . أما في المجلة الجماهيرية العامة الكبيرة ، فقد يكتب الإفتتاحية ، أو يضع خطوطها العامة فقط ليكتبها غيره على أن يتولى هو مراجعتها .

(هـ) **وظيفة العلاقات العامة** : وتتعلق بالنور الذي يقوم به رئيس التحرير في تطوير صورة المجلة ، وتحسينها أمام الرأي العام . وتبدأ في التعاون مع الكتاب الخارجيين الأحرار (المصاحفين) ، والإشتراك في أوجه النشاط العامة والمهنية ، حيث يظهر في المؤتمرات العامة ، ويلقى الخطب في تجمعات تتصل بمجال تخصصه ، وبذلك يعطى صورة ذهنية جيدة عن مجلته .

(٢) **معاونو رئيس التحرير :**

ويسمى البعض رؤساء التحرير (Editors) تمييزاً لهم عن رئيس التحرير الذي يسمى (رئيس التحرير العام أو الأعلى Chief Editor) وهم الذين يعاونون رئيس التحرير ، ويلونه في المسئولية . ويتوقف نجاح رئيس تحرير المجلة في عمله ، على حسن إختيار معاونيه ، وتحديد إختصاصاتهم ، مع الحرص على أن يكون لكل منهم حرية التصرف ، وفقاً للسياسة العامة للمجلة ، ولما يتطلبه الحدث الصحفي ، وليس وفقاً لما يمكن أن يكون عليه تصرف رئيس التحرير شخصياً .

وتختلف أسماء معاوني رئيس تحرير المجلة ومناصبهم ، وكل مجلة تطلق عليهم الأسماء التي تناسب طبيعة عمل كل منهم . وأكثر الألقاب التي تطلق عليهم هي : رئيس التحرير المساعد - مساعد رئيس التحرير (Assistant Editor) . نائب رئيس التحرير (Sup Editor) مدير التحرير (Managing Editor) . وقد يوجد هؤلاء كلهم في مجلة واحدة . وأياً كان عددهم ، أو الألقاب التي تطلق عليهم ، فوظيفتهم هي :

(أ) تنفيذ تعليمات رئيس التحرير الأسبوعية ، أو الشهرية ، وتوجيهاته حسب نوع المجلة ، وندورية صورها .

(ب) الإشراف على عمل الأقسام المختلفة .

(ج) أداء وظائف رئيس التحرير فى حالة غيابه .

(د) حلقة الوصل بين رئيس التحرير وبين باقى أقسام المجلة كل فى إختصاصه .

(هـ) حل المشكلات التنفيذية التى قد تعترض عمل محررى المجلة .

(و) إدارة إجتماعات جهاز التحرير فى حالة غياب رئيس التحرير أو فى وجوده .

(ز) حضور بعض المناسبات أو أداء بعض المهمات ، أو تمثيل المجلة فى أوقات معينة بتفويض من رئيس التحرير أو نيابة عنه .

(ح) الإشراف على قطاع معين من قطاعات التحرير أو مرحلة من مراحله . أى أن يشرف أحد معاونين على التحرير مثلاً ، وآخر على المطابع ، وثالث على المواد المصورة (الصور والرسوم بما فيها قسم التصوير الفوتوغرافى والرسامون) ورابع يشرف على قسم المعلومات والبحوث ورسائل المراسلين ، وخامس يشرف على الشؤون الإدارية الخاصة بجهاز التحرير ... الخ .

(٣) المشرف الفنى أو المدير الفنى : (Artdirector)

وهو من القيادات الهامة فى جهاز تحرير المجلة . وقد يطلق عليه أيضاً لقب محرر الإنتاج (Production Editor) أو المصمم (Designer) . وتتعلق مهمته فى وضع إستراتيجية فنية ، أو تصميم عام للمجلة ، أو إتخاذ القرارات الفنية الأساسية بشكل عام ، وتطبيقها فى كل عدد من أعداد المجلة . فهو يحدد المساحة التى ستعطى لكل موضوع ، وأسلوب إخراجها ، والصور والرسوم التى تصاحب كل موضوع ، وتوزيع المواد الصحفية على صفحات المجلة المختلفة ، بالتشاور مع رئيس التحرير أو معاونيه . وهو أساساً فنان تشكلى ، وخبير ألوان ، ومصمم جيد قبل أن يكون صحفياً محترفاً . وهو شخصية توجد فى المجلات فقط ولا توجد فى الجرائد ، حيث يحتاج إخراج المجلة إلى توافر الجانب الوظيفى والجانب الجمالى معاً .

وقسم الإخراج الصحفى فى المجلة ، هو المسئول عن تنفيذ التصميم الأساسى للمجلة ، والتصوير المبدئى الذى يضعه المدير الفنى بالتشاور مع رئيس التحرير أو معاونيه . ويطلق على العاملين فى هذا القسم محررو الإخراج ، أو سكرتيرى التحرير الفنيون ، أو المخرجون الصحفيون .. وهم نوعان :

(أ) المخرج الصحفى الفنى أو سكرتير التحرير الفنى :

ومهمته تحويل المواد الصحفية المكتوبة ، والمصورة وفقاً لرؤية المشرف الفنى أو المدير الفنى للمجلة - إلى واقع تيبوغرافى : عناوين رئيسية ، وعناوين مكملة ، وعناوين فرعية ، ومقدمات ، وصلب ، وصور ، ورسوم ، وجداول ، وألوان ... الخ ويقوم برسم الماكيت (Maquette) أو التصميم البدئى للمجلة ، والذي يبين فيه شكل المواد الصحفية ، وتصل إليه المادة من كبير المراجعين ، عن طريق المدير الفنى ، مكتوبة ومصورة ، وبعد تحديدها داخل المجلة ، وداخل صفحاتها ، وكذلك بعد رسم الماكيت ، ترسل المواد إلى قسم الجمع أو الحفر أو التصوير ، وترسل الماكينات إلى الأقسام الفنية للتنفيذ .

(ب) المخرج الصحفى المنفذ ، أو سكرتير التحرير التنفيذى :

وهو الشخص الذى يقوم بتنفيذ صفحات المجلة ، وفقاً للماكيت الذى أعده المخرج الصحفى الفنى ، فى صالة التوضيب فى حالة الطباعة البارزة ، وفى صالة المونتاج فى حالتى الطباعة الفائرة والمساء .

(٤) كبار المحررين أو رؤساء الأقسام : Senior Editors

وهم كبار محررى المجلة المتخصصين فى مجالات محددة ، مثل : المحرر السياسى ، والمحرر الإقتصادى ، والمحرر الفنى ... الخ . وهذا المحرر يكون فى الوقت نفسه كبيراً لمحررى قسم أو باب ثابت داخل المجلة ، أو صفحة متخصصة ، ويعمل تحت إشرافه مباشرة عدد من المحررين فى التخصص نفسه .

ومهمة هذا المحرر المتخصص إعداد مواد القسم ، أو الباب الثابت ، أو الصفحة المتخصصة ، وتوجيه المحررين التابعين لقسمه ، والإشراف على أى موضوع عام ينشر خارج نطاقه ويتصل بتخصصه ، ويتابع الأحداث المهمة فى مجال تخصصه ، ويكون له فى بعض الأحيان عمود ثابت يوقعه بإمضاءه .

(٥) كبير المراسلين : Chief Correspondents

يوجد هذا المنصب فى المجلات التى تهتم بالتغطية الصحفية الخارجية ، ويكون لها توزيع خارجى ضخم . مثل المجلات الفرنسية والأمريكية العامة الإخبارية . ويتم إختياره من بين أقدم المراسلين وأكثرهم خبرة وكفاءة وتمكناً من عمله .

(٦) المحررون والمندوبون : Editors and Reporters

وهم محررون مختلف الأقسام بالمجلات العامة ، ذات التوزيع الضخم ، والتبويب المنوع . ويوزعون على التخصصات المختلفة وفقاً لأقسام أو أبواب المجلة . ويكون

الإعتماد الأساس على المحررين الذين يحصلون على الأخبار ، من خلال إجراء الأحاديث والتحقيقات الصحفية .

أما فى المجالات الإخبارية فيكون الإعتماد أساسياً ، على المندوبين الموزعين على المصادر المختلفة فى الداخل والخارج (المراسلين الخارجيين) . وفى بعض المجالات التى يوجد بها عدد قليل من المحررين ، ويكون توزيعها ضيقاً نجد أن المحررين يعملون فى كل أقسام المجلة ، ولاتوجد تخصصات . أما المجالات المتخصصة ، ومجلات الهيئات ، فيقل عدد محرريها ومندوبيها ، ليتقلص الى جهاز تحريرى يضم خمسة محررين ، بينهم سكرتير التحرير ، والمشرف الفنى .

(٧) كتاب المجلة : Staff Writers

وهم الكتاب الذين تنحصر مهمتهم فى كتابة مقالات ، وإجراء أحاديث أو عمل بحوث ودراسات بانتظام . وأحياناً تخصص لهم زوايا وأركان وأعمدة ثابتة متخصصة . وهم أعضاء ثابتين فى جهاز تحرير المجلة ، وبعضهم قد يكون كاتباً بارزاً فتضمه المجلة إلى هيئة تحريرها ، لكى تستفيد من إسمه اللامع ، وإرتباطه بالقراء ، وإرتباط القراء بموضوعاته وإبداعه . أو قد يكون الكاتب قد بدأ عمله فى نفس المجلة أو فى مجلة أو جريدة أخرى كمندوب وك محرر ، ومر بمراحل العمل المختلفة ثم لمع وبرز إسمه وأصبح له أسلوبه الصحفى المميز ، وشخصيته الصحفية المستقلة . وإلى جانب هؤلاء الكتاب يوجد عدد من الرسامين المحترفين للرسم الساخرة والتعبيرية .

(٨) جهاز التصوير الفوتوغرافى :

ويعمل أفراد هذا الجهاز فى قسم التصوير بالمجلة ، وهم من المصورين والفنيين الذين يقومون بالعمليات الفنية المختلفة ، من تصوير ، وتحميض ، وطبع ، وإجراء الرتوش فى الصور ... الخ . ويقل عدد أفراد هذا الجهاز ، أو يكثر حسب حجم المجلة ، وإمكاناتها ، وعدد محرريها . وفى المجالات الصغيرة المحلية أو المتخصصة ، قد لايزيد عددهم على ثلاثة ، ويستخدمون عدداً قليلاً من آلات التصوير ، ومعدات الطبع والتحميض البسيطة . أما فى المجالات الكبيرة ، فيوجد عدد كبير من المصورين المحترفين ، والفنيين للعمل فى المعمل ، ويمارسون عملهم بواسطة آلات تصوير متطورة ، ومعامل وتجهيزات كاملة ، للطبع والتحميض ، وإستقبال الصور وإرسالها . وتشكل كلها مايسمى بقسم التصوير فى المجلة . وبعض المجالات الصغيرة قد لا يكون بها قسم للتصوير ، وإنما تعتمد على مصورين من الخارج ، أو وكالات الأنباء والصور والرسوم ، ومكاتب العلاقات العامة .

وأياً كان حجم قسم التصوير فى المجلة وعدد العاملين به ، فإنه يشرف عليه ويرأسه ويديره كبير المصورين أو رئيس قسم التصوير ، الذى يكون فى بعض المجالات بدرجة نائب رئيس تحرير . وعادة ما يحضر رئيس هذا القسم إجتماعات مجلس تحرير المجلة ، الذى يضم رئيس التحرير وكبار معاونيه لتنسيق موضوعات المجلة ، ووضع خططها المقبلة ، ومهمات المحررين الأسبوعية ، أو الشهرية ... الخ . حسب دورية صدور المجلة . والهدف من حضور رئيس قسم التصوير لهذا الإجتماع ، هو التنسيق بين عمل قسمه وباقى أقسام المجلة . لأن قسم التصوير يساعد باقى الأقسام ، ويعتبر من ضمن مجموعة الأقسام التى تتعاون مع جهاز التحرير بأكمله ، وتشارك بشكل مستمر فى إنتاج المجلة ، وإعداد المادة الصحفية المكتوبة ، والمصورة ، والمرسومة قبل إرسالها إلى المطبعة .

ويعقد قسم التصوير - مثل غيره من أقسام المجلة - إجتماعاً أو أكثر ، خلال الأسبوع . ويتم في هذا الإجتماع عمليتان :

(أ) العملية الأولى : هى عملية تقييم (Evaluation) لنشاط أفراد القسم ، والذى ظهرت نتيجته فى الصور المنشورة فى عدد المجلة الصائر صباح يوم الإجتماع ، وتكون المقارنة مع باقى المجلات المنافسة الأخرى ، والتى تكون من نفس الصبغة الصحفية ، أو التخصص التحريرى ، وذلك لمعرفة الجهد الذى بذله طاقم المصورين والصور المنشورة فى المجلة ، وما الذى إمتازت به عن المجلات الأخرى ، أو تختلف فيه عن تلك المجلات .

(ب) العملية الثانية : هى عملية التخطيط (Planing) لعمل القسم فى العدد الجديد . أو بعبارة أدق تحديد المهام المكلف بها كل فرد داخل قسم التصوير . وهذا التخطيط يتم من خلال التعاون مع رؤساء الأقسام المختلفة ، كالتحقيقات الصحفية ، والمرأة ، والرياضة ، والفن ... الخ . وحسب خطط كل قسم يضع قسم التصوير خطة وينسقها مع كل محرر . وعلى سبيل المثال يخرج مصور صحفى مع محرر فى قسم التحقيقات ، ليقوم بتصوير الموضوع المكلف به هذا المحرر . وقد يخرج بعض المصورين بتكليف خاص من رئيس قسم التصوير ، لعمل بعض الموضوعات المصورة المستقلة .

ويحتفظ رئيس قسم التصوير ، أو كبير المصورين المسئولين عن القسم عادة ، بمفكرة يومية (Diary) يسجل فيها ما يتوقع من أحداث ، وما يخطط من موضوعات ، ليرسل المصورين الى أماكنها . وتكليف كل مصور منهم بمهمة محددة (Assignment) تسجل فى استمارة أو أمر تصوير ، أو ما يسمى فى دور الصحف المصرية (بون تصوير) أو (طلب تصوير موضوع) أو (أمر تكليف تصوير) وتسلم هذه الاستمارات من التحرير إلى قسم التصوير ، الذى يقوم ببناء عليها بتكليف المصور .

والى جانب الصور التي يلتقطها مصورو المجلة يمكن لها أيضاً أن تحصل على الصور الفوتوغرافية من أكثر من مصدر مثل : المصادر الصحفية نفسها ، ووكالات الأنباء العالمية والمحلية ، والوكالات الخاصة بالصور والرسوم . وتستفيد في هذا الصدد من الأجهزة الخاصة التي وفرها التقدم التكنولوجي مثل : جهاز التليفوتو الأوتوماتيكي ، وجهاز الراديو أو التلفزيون . كما يستفاد من الجرائد والمجلات الأجنبية في الحصول على الصور ، ومن المصورين المحترفين ، والمصورين الهواة ، والجمهور ، ومكاتب العلاقات العامة ، ومكاتب الصحافة في الوزارات والمصالح الحكومية ، والهيئات والشركات ، والسفارات ، والمؤسسات الكبرى ، التي تهتم بتوفير المعلومات والصور اللازمة ، التي تقدمها الى الصحف وأجهزة الإعلام ، عن أوجه نشاطها . وكذلك يستفاد من الصور المحفوظة في أرشيف الصور داخل قسم المعلومات والبحوث الخاص بالمجلة .

(٩) جهاز المراجعة : (Rewriter)

جهاز المراجعة في المجلة يتكون من مجموعة من المحررين المراجعين ، الذين يعتبرون عصب المجلة الحديث . ويرأسهم كبير المراجعين ، ويشرف عليهم جميعاً سكرتير التحرير المراجع .. ويجب أن يتوفر في هؤلاء المراجعين كل ما سبق ذكره بالنسبة للمحررين المراجعين في الجريدة . وبالإضافة الى ذلك فإنهم يحفظون توازن الأسلوب في المجلة ، ليأتى منسجماً مع بعضه البعض . ويجعلون للمجلة لهجة أو لغة موحدة .

ومهمة هذا الجهاز هو مراجعة المادة الصحفية المختلفة ، التي يرسلها اليهم رئيس التحرير ، أو معاونوه ، أو رؤساء الأقسام ، ويتولون خدمة المجلة كلها . والمحرر المراجع في عمله ، يشبه الآلة التي تقوم بقطع الماس في دقة وعناية بحيث تحافظ عليه ولا تشوهه ، بل أنها قد تعطيه شكلاً أروع من شكله الأصلي . وقد يعدلون في صياغة بعض الموضوعات ، ويحذفون منها أو يضيفون إليها ، ويكتبون عناوين ومقدمات أجود للمادة الصحفية المختلفة . وقد يدمجون أكثر من موضوع معاً ، ويخرجون بأكثر من موضوع من موضوع واحد . ويستطيعون أن يخرجوا موضوعات جيدة من مادة مجموعة بشكل جيد ومعلومات كثيرة عيها الوحيد أنها كتبت بشكل ردىء فقط .

(١٠) مصحح البروفات (التجارب المطبعية) : (Proof Reader)

ويوجد للمجلة أيضاً مجموعة من المصححين الذين يتولون تصحيح المادة الصحفية كلها بعد جمعها ، ومطابقتها على الأصل المكتوب باليد ، ثم يصححون الصفحات قبل الطبع للتأكد من عدم وجود أخطاء مطبعية . ويجب أن تتوفر فيهم ما سبق ذكره عند الحديث عن مصحح البروفات أو التجارب المطبعية في الجريدة .

ثانياً: الكاتب الحر ، (أو المصاحف) (*): Non staff writer (Freelancer)

وهو شخص لا يعمل عضواً ثابتاً في جهاز تحرير الصحيفة ، ولكن يكتب لها ويرتبط بها ، ولا يلتزم بالعمل بها كوظيفة . وقد يكون محرراً ، أو كاتباً ، أو مصوراً ، أو رساماً لكنه يعمل حراً طليقاً لحسابه الخاص وبشروطه ، فهو رئيس تحرير نفسه ، يعمل عندما يرغب في العمل ، ويضع خطته ، ويمارس مسؤولياته بنفسه . وتعتمد المجلات على المصاحفين أكثر من اعتماد الجرائد عليهم ، بحكم أن الجرائد تعتمد على التفطية الصحفية المنظمة من طاقمها التحريري ، أو من وكالات الأنباء . أما المجلات فمواردها أكثر تنوعاً ، ولديها وقت أطول ، ويمكنها أن توظف هؤلاء المصاحفين ، حسب خططها طويلة الأجل بشكل منتظم ، وتستفيد من تخصصاتهم المختلفة المتنوعة ، والتي تسد حاجات لايديها أعضاء طاقمها التحريري .

وتنتشر ظاهرة المصاحفة ، أو الكتابة للصحف من الخارج في الدول الكبرى ، التي يصدر فيها عدد كبير من الجرائد والمجلات ، خاصة المجلات الجماهيرية العامة ، والمجلات ذات التخصص الدقيق ، حيث يقوم المصاحف بالنور الأكبر والأهم ، ويعتمد عليه بشكل أساسي . وبعض هؤلاء المصاحفين قد يكونون كتاباً محترفين متفرغين لعملية المصاحفة ، ولا يرتبطون بمجلة معينة ، وبعضهم يعملون في وسائل إعلامية أخرى ، كمحررين أو مذيعين ، أو خبراء علاقات عامة . وبعضهم يعمل أعمالاً أخرى لا علاقة لها بالكتابة ، كالموظفين ، وريات البيوت وأمثالهم ، حيث يقضون أوقات فراغهم في الكتابة للمجلات ، أو ترجمة بعض المواد الصحفية المناسبة لقراء المجلة التي يعملون لها .

وغالباً ما يكون مدير التحرير في المجلة ، هو همزة الوصل بين المصاحفين وبين رئيس التحرير ، حيث يوجههم إلى الموضوعات المطلوبة في خطة تحرير العدد القادم ، لأن موضوعات المجلات - عدا الخبيرة والسياسية - يتم إعدادها قبل صدور العدد بأسبوعين أو أكثر . ويلتئ المصاحفون بماعندهم من مواد صحفية ، لتسلم إلى المحررين الدائمين بالمجلة لإعدادها للنشر ، بمعنى إعادة صياغتها بحيث تتفق ولتوق قراء المجلة وقدرتهم على الفهم .

(*) راجع في هذا الصدد كتب : الصحافة .. (إجلال خليفة) مصدر سابق ص ٩٨ وكذلك المجلة - مصدر سابق ص ١١٥-١٢٠ وكذلك قاموس المصطلحات الإعلامية (المؤلف) مصدر سابق ص ٢٢٩-٢٣٠ « كلمة مصاحف Freelancer كلمة إنجليزية تعود في أصلها إلى الحياة العسكرية حيث كانت تطلق على الشخص المحارب أو الفارس الذي يبيع قوته وقدرته على القتال إلى الملوك أو القادة العسكريين ولكن حالياً تطلق على الشخص من خارج هيئة تحرير الصحيفة . »

وبعض المصاحفين قد يتصل برئيس التحرير مباشرة ، أو عن طريق خطاب طلب كتابة موضوع (Query Letter) أو عن طريق وكالة معينة تسوق أعماله (Syndicate) أو وكيل خاص به (Agent) وعادة ماتحصل الوكالة أو الوكيل على عمولة (Commission) نظير تسويقه المادة الصحفية التى ينتجها المصاحفون .

نصائح للمصاحف المبتدئ :

ويقدم خبراء الصحافة النصيحة للمصاحف المبتدئ بإتباع الخطوات الأربعة التالية لكى ينجح فى عمله :

(١) دراسة السوق بعناية : وذلك عن طريق فحص المجال الذى يود الكتابة فيه ودراسته بعناية . فهو يستطيع بسهولة أن يجد أسواقاً مفتوحة معينة لكتاباته . وعليه أن يقرأ أدلة الجرائد والمجلات ، ويحلل اتجاهاتها ، والمقالات التى تطلبها ، ويختار نوعيات منها ، ويبدأ فى دراسة أسلوب كتابته ، وطول المقالات ، ووجهة نظر المجلة فى القضايا العامة ، ويتم ذلك بقراءة أكبر عدد منها .

(٢) إقامة صلات جديدة : فالمفاتيح الجيدة للمصاحفة الناجحة ، تكمن فى إقامة صلات قوية ، ومستمرة ، ووثيقة مع رؤساء التحرير ، والوكالات ، ووكلاء الناشرين ، أى القوى المؤثرة فى سوق النشر .

(٣) ابتكار الأفكار الجديدة وكتابتها : ويتم ذلك بعد دراسة المجلات الموجودة ، والأفكار التى عالجتها ، والتى لم تعالجها ، وتأتى من أكثر مصادر : الملاحظة والقراءات المختلفة ، وقراءة المجلة نفسها ، ثم يصل الى معالجة جيدة لفكرته فى أسلوب قوى مؤثر ومناسب للمجلة .

(٤) التنفيذ وإيصال المادة الصحفية للمجلة : وهو هنا تسليم المادة الصحفية للمجلة التى يتعامل المصاحف معها ، بعد الإستقرار على المجلة التى يرغب فى الكتابة إليها . ولكن عليه قبل أن يقدم المادة الصحفية بعد صياغتها الصياغة الصحفية السليمة أن يتأكد مما يلى : -

(أ) أن تلك المادة الصحفية لا تتعلق بفكرة سبق تقديمها فى تلك المجلة خلال السنوات الأخيرة . لذلك تبدو أهمية إستشارة رئيس التحرير ، أو مدير التحرير منذ البداية .

(ب) أن لا تتفق تلك المادة الصحفية بأفكار سبق عرضها فى مجلات أخرى . وإذا حدث ذلك ينبغى أن تكون لها معالجة جديدة ، وفيها معلومات طازجة ، ورؤية مختلفة .

(ج) عنوان المادة الصحفية ، وفقرة المقدمة ، من الضروري العناية بها ، بدرجة تقدر معها على جذب إهتمام رئيس التحرير ، أو مدير التحرير ، أو المحرر المسئول ، وتجعله يريد أن يقرأ ما فى داخل تلك المادة الصحفية .

(د) أن يجهز مخطوط تلك المادة الصحفية ، بشكل يتفق مع القواعد الشائعة فى دور الصحف ، من حيث الورق ، وأسلوب تنظيم الصفحة .

(هـ) أن يوفر الصور الواضحة الجيدة ، أو يقترح فكرة الصور المناسبة التى تصاحب المادة الصحفية إذا كانت الصور غير متاحة لديه .

(و) أن يضع تلك المادة الصحفية فى مظروف مناسب ، ويصعبه بطابع بريد لإعادة المادة الصحفية له إذا كانت المجلة لا ترغب فيها .

(ز) الاحتفاظ بنسخة كربونية طبق الأصل من المادة الصحفية ، حتى يمكن التغلب على مشكلة فقدان الأصل فى البريد أو خلافه .

وبانتهاء الحديث عن أهم الصحفيين العاملين فى جهاز تحرير المجلة بشقيهم: الداعمين فى جهاز التحرير ، والمصاحفين من خارج هيئة التحرير ، نكون قد تناولنا أهم العاملين فى جهازى التحرير بالجريدة والمجلة .. ويبقى بعد ذلك أن نتحدث عن طريقة سير العمل فى كل من هذين الجهازين .. وهذا هو موضوع المطلب التالى .

* * *

* *

المطلب الثالث

العمل فى جهازى التحرير بالجريدة والمجلة

يستعرض هذا المطلب طريقة سير العمل فى جهاز التحرير الصحفى فى كل من الجريدة والمجلة ، من البداية إلى أن يتم طبع تلك الصحف تمهيداً لتوصيلها إلى أيدي القراء .

* * *

أولاً : العمل اليومى بالجريدة ^(١) :

إستعرضنا فيما سبق - فى أبسط صورة - أبرز الصحفيين العاملين فى جهاز التحرير بالجريدة ، الذين إختاروا مهنة الصحافة للقيام بكافة الفنون الصحفية ، واستعرضنا من خلال ذلك الشروط والمواصفات التى يجب أن تتوفر فى كل منهم ، ومهمته التى يؤديها فى إطار القسم الذى يعمل به . وهنا نؤكد أنه يتحتم على العاملين فى كل قسم أن يعملوا فى تعاون كامل فيما بينهم ، وتفاهم سريع من جانب كل قسم ، مع كافة الأقسام الأخرى ، كى يتوفر للجريدة عنصر التجانس ، والربط ، بين كافة أجزائها .. وفيما يلى نقدم فكرة سريعة عن النظام (الروتينى) اليومى داخل جهاز التحرير ، من أجل تحديد هيكل الجريدة كل يوم .

إن الربط والتنسيق والتجانس المطلوب داخل أقسام الجريدة المختلفة ، يتم فى إجتماعات متعددة تعقد صباح كل يوم ، وكذلك فى إجتماع مسائى سريع ، وذلك بالنسبة للجرائد الصباحية ، وفى إجتماعات معاملة تتم فى الجرائد المسائية التى تصدر بعد الظهر ، ولكن فى مواعيد أخرى مناسبة لمواعيد صدورها .

فى الجرائد الصباحية يبدأ العمل اليومى فى جهاز التحرير بها ، فى الساعات المبكرة من النهار حيث يجتمع رئيس كل قسم مع الصحفيين الذين يعملون معه على حده ، فيطرح كل محرر تصوره ، أو خطة عمله ، أو برنامج العمل فى هذا اليوم ، على ضوء الأحداث الجارية أو المتوقعة . وكل محرر يجب أن يكون - قبل حضور هذا الاجتماع - قد أتم إتصالاته الأولية بمصادره ، وإطلع على صحيفته والصحف المنافسة الأخرى ، لكى يحضر هذا الاجتماع ومعه مقترحات ، تحدد خط سيره وجدول أعماله طوال اليوم .

(١) راجع فى ذلك كتب : من الخبر الى الموضوع الصحفى - مصدر سابق ص ٢٤-٢٨ وكذلك الصحيفة المثالية - مصدر سابق ص ٩٥-١٠٢ وكذلك الفن الصحفى فى العالم - مصدر سابق ص ١٥٤ و ١٥٥ وكذلك مذكرات للدكتور فاروق أبوزيد فى الصحافة - بدون تاريخ ص ٢٦-٢٨ .

وبعد مناقشة هذه التصورات أو تلك الخطط ، وهى مناقشة يشترك فيها جميع محررى القسم مع رئيس القسم ، الذى يتلقى منه توجيهات أخرى ، خاصة بتغطية مواد صحفية لم ترد فى جدول الأعمال الذى حدده المحرر لنفسه . وبذلك تتحدد الصورة المبدئية لعمل كل محرر فى هذا اليوم داخل كل قسم . وبالإضافة إلى ذلك يتم فى هذا الإجتماع محاسبة كل محرر سبقتة صحيفة أخرى منافسة ، بمادة صحفية تدخل فى صميم إختصاصه . وعلى المحرر أن يقدم الأسباب التى من أجلها ضاعت منه تلك المادة الصحفية . وقد تكون من بين هذه الأسباب أن تلك المادة الصحفية غير صحيحة ، أو أنها قديمة سبق نشرها منذ فترة ، وهنا تبادر الصحيفة لنشر الحقيقة فى العدد التالى . أما إذا كان السبب يرجع إلى الإهمال فإن المحرر يحاسب على إهماله .

وقد يبدو - لأول وهلة - أن كل تلك المناقشات . تستغرق وقتاً طويلاً . والحقيقة غير ذلك ، لأن المجموعة التى تقرر وتحسم الأمور فى هذه الإجتماعات ، إنما تعيش العملية الصحفية يوماً بيوم ، وتتابعها فى حينها بحيث لا يحتاج الأمر إلى مناقشات طويلة .. بل هى غالباً ما تتركز حول نقطة أو نقطتين ، يدور بشأنهما حوار حول المساحة التى تستحقها كل مادة صحفية . وكثيراً ما يترك البت فى ذلك إلى الجلسة المسائية التى تعقد بعد جمع المادة الصحفية .

ومجمل القول أن هذه الإجتماعات ، ليست فى الواقع سوى عملية إستطلاع ، قائمة على التوقعات والإحتمالات ، النابعة من تعايش المحررين والمسئولين فى جهاز التحرير مع الأحداث ، وقد تتحقق هذه التوقعات ، أو قد تتطور إلى أهم مما كان متوقفاً ، وقد لاتحدث على الإطلاق لأسباب طارئة .

وعلى العموم فإن رئيس كل قسم يخرج من هذا الإجتماع الصباحى ، وفى ذهنه صورة مبدئية كاملة ، لما يتوقع أن تؤديه مجموعته من عمل خلال النهار ، وكذلك الأسباب التى جعلت الصحف المنافسة تسبقه فى تغطية بعض الأحداث المعينة ... وفى نفس الوقت ينطلق المحررون إلى أعمالهم وفقاً للخريطة الأولية التى رسمت مهام كل منهم فى هذا اليوم ، والتى إشتراكوا هم فى رسمها خلال الإجتماع .

وبعقب إجتماعات الأقسام ، إجتماع آخر لمجلس التحرير ، وهو المجلس الذى يضم رؤساء الأقسام ، وسكرتير التحرير ، ومدير التحرير أو نائب رئيس التحرير ، وقد يحضره رئيس التحرير . وفى هذا الإجتماع يتم مناقشة خطط كل قسم ، لرسم الهيكل العام المبدئى لعدد اليوم التالى ، وفقاً لما تجمع لديهم من بيانات . وفى هذا الإجتماع يعرف رئيس كل قسم ما ستؤديه الأقسام الأخرى من عمل . ومن هنا يظهر أول خيط من خيوط التناسق فى العملية اليومية ، لأن إلمام رئيس كل قسم بماتقوم به

الأقسام الأخرى ، يساعد خلال النهار على ضم عناصر الموضوع الواحد ، الواردة من مصادر مختلفة إذا وجدت أنها تتعلق بموضوع صحفي واحد . ويتم في نهاية الأمر وضع خريطة العمل اليومية المبدئية للجريدة ككل . فتتحدد المساحات التي ستحتج لكل موضوع من الموضوعات الصحفية الكبيرة . مثل التحقيقات والأحاديث الصحفية ، أو الأخبار الصحفية الهامة التي تحتاج إلى مساحات كبيرة ، وأرقام الصفحات الموزعة عليها هذه المواد الصحفية ، والصور المقترحة للنشر مع الموضوعات ، مع تخطيط أولي للحجم الذي يصح نشره كاملاً بالصفحات الأساسية ، وما يرحل منه إلى صفحات أخرى ، أو ما يسمى بالبواقي المُرجلة من صفحة أخرى .

وبصفة عامة ، فإن أساس العمل في هذا الإجتماع الصباحي الكبير ، لمجلس التحرير بالجريدة اليومية ، هو توجيه رؤساء الأقسام إلى ما يتحتم إستكمالها من بيانات لم تحدد في إجتماعاتهم مع المحررين العاملين معهم في أقسامهم . وكذلك تحديد المساحات اللازمة للموضوعات الهامة التي ستضمونها الصحيفة . وأيضاً تنسيق العمل بين الأقسام المختلفة ، بحيث يمضى العمل خلال اليوم منسقاً متجانساً ، لا تضارب فيه ، بحيث يأتى العدد الجديد من الجريدة ، متنوعاً ومتوازناً بين موضوعاته وأخباره ، وبما يحقق تقديم ما يهم كل نوع من أنواع القراء ، وبما يحول دون التركيز على ما يهم مجموعة واحدة منهم .

ويخرج رؤساء الأقسام من الإجتماع ، وقد وضعوا خريطة مبدئية تتضمن خطوطاً عريضة لعمل أقسامهم خلال اليوم . كما يخرج سكرتير التحرير الفنى ، وفي يده تخطيط شامل لموضوعات العدد . وعلى أساس هذا التخطيط يبدأ عمله في رسم أولى للصفحات ، وإعدادها لإستقبال المادة الصحفية التي ستدقق عليه بعد ساعات من هذا الإجتماع .

وليس من المستبعد بعد هذا الجهد كله ، أن ينهار هيكل الخريطة المبدئية من أساسه لظروف طارئة . أو ما يسمى في المحيط الصحفى بوقوع أسوأ الإحتمالات . فقد يحدث مثلاً أن يجتمع المجلس النيابى لمناقشة الموضوع الهام الذى حجزت له صفحة أو أكثر ، ثم تطلب الحكومة تأجيل المناقشة . أو أن يطلب الأعضاء فرصة لدراسة الموضوع ، ويوافق المجلس على ذلك ، وتنتهى الجلسة الهامة المتوقعة إلى لاشيء .. أو قد تؤجل مباراة هامة لكرة القدم ، لهبوب عاصفة رملية شديدة ، ومطول أمطار غزيرة ، جعلت اللعب متعذراً .. بل قد يحدث أكثر من هذا . حيث يجتمع المجلس النيابى ، ويناقش الموضوع الخطير .. وقد تجرى مباراة كرة القدم الهامة في موعدها ، وتسفر عن فوز المنتخب القومى ... الخ ولكن مع هذا وقع ما هو أخطر من الإجتماع أو المباراة ، فقد يقع مثلاً حادث إغتيال له قيمته الدولية ، أو قد ينشب نزاع دولى يندرج بأحداث جسام .. كل هذا قد يقلب الاستعداد الذى بدأ في أول النهار ، لينهار في آخره ، أو ربما والجريدة ماثلة للطبع .

وفى هذه الحالة ، فإن سكرتير التحرير الفنى المجرب ، يضع خطته على أساس أن يكون هيكل الجريدة مرناً ، وعلى إستعداد لهذه الظروف الهامة الطارئة . وهو فى هذه الحالة يرسم صفحات الجريدة بطريقة قابلة للحركة ، والحذف والإضافة . فإذا مر اليوم مع الليل بسلام ، ولم تتأثر خطته بالأحداث غير المتوقعة ، أو بوقوع أسوأ الاحتمالات ، كان بها . وإلا كان على سكرتير التحرير الفنى أن يواجه الظروف الطارئة بأعصاب هادئة وبسرعة ، إعتدداً على مرونة الهيكل الذى رسمه وأعدّه ، حتى تصدر الجريدة فى موعدها .

ويبقى بعد ذلك إجتماع رئيس التحرير مع كتّاب المقالات الإفتتاحية ، حيث يتم الإتفاق على الموضوعات التى يصح معالجتها فى الإفتتاحيات ، وفقاً لسياسة الجريدة من جهة ، وسير الأحداث من جهة أخرى . ويقوم رئيس التحرير أوثائبه بإخطار كتّاب المقالات الإفتتاحية ، بكل جديد يطرأ على الموضوعات التى تم إختيارها للكتابة فيها ، ليكون الكاتب ملماً بكل طارئ صالح لمعالجته فى المقال .

وبعد عودة المحررين والمندوبين الصحفيين إلى الجريدة فى فترة بعد الظهيرة ، وكتابة المواد الصحفية التى جلبوها ، وتسليمها إلى رؤساء أقسامهم ، تبدأ مرحلة جديدة من عمل الجريدة . حيث يقوم رئيس كل قسم ، بقراءة المادة الصحفية التى تسلمها قراءة سريعة ، ومراجعتها مراجعة مبدئية ، ليرى ما إذا كانت مطابقة لما تم الإتفاق عليه فى إجتماع الصباح ، أو حدث بها تغيير . ويقوم بإجراء التعديلات اللازمة التى يراها على المادة الصحفية . ثم يبعث بها إلى سكرتير التحرير المراجع ، حيث يجرى إعدادها للنشر ، سواء بإعادة صياغتها من أولها إلى آخرها ، أو بالإكتفاء بكتابة المقدمات والعناوين والخواتم الجيدة ، وعمل الروتوش المناسبة لربط المادة الصحفية ببعضها . ثم يرسلها بعد صياغتها إلى سكرتير التحرير الفنى (التوضيب) حيث يقوم بتحديد أماكنها على الصفحات المختلفة ، بالشكل الفنى الذى يجذب القارئ ، لقراءتها بسهولة ويسر . كما يتولى تنفيذ التوضيب فى المطبعة .

وفى المساء ، إذا جاء الليل ، يعقد إجتماع آخر بين رئيس التحرير ، ورؤساء الأقسام ، لدراسة ماتم تنفيذه من البرنامج الذى رسموه فى الصباح ، وما جد عليه من تغييرات ، ثم يتفق على إختيار مادة الصفحة الأولى ، التى تعتبر واجهة الجريدة ، سواء كانت داخلية أو خارجية سياسية أو إجتماعية أو رياضية .. الخ بشرط أن تكون ذات طابع هام .

وبعد ذلك يعقد إجتماع آخر مصغر ، يضم رئيس التحرير ، ونائبه ، ومدير التحرير ، بالإضافة إلى سكرتير التحرير العام الذى يشرف على سكرتيرية التحرير الفنية ، للنظر فى البروفات النهائية لجميع صفحات الجريدة للموافقة عليها ، أو تعديلها ، حسب مايرى رئيس التحرير أو معاونوه .

وبعد موافقة رئيس التحرير النهائية على كل الصفحات ، تدور المطبعة لطبع الطبعة الأولى ، التى ترسل إلى المناطق النائية بالدولة وإلى الخارج أيضاً .. ثم يبدأ العمل فى الطبعة الثانية ، لكى تظهر فى نحو الثالثة صباحاً ، وهى الطبعة التى توزع فى نفس المدينة التى تصدر بها الجريدة . وقد تقوم الجريدة بإصدار طبعة ثالثة أو رابعة ، إذا وقعت أحداث هامة أخرى فى تلك الفترة المتأخرة من الليل ، وتحرص الجريدة على ألا يفوتها نشرها ، حرصاً منها على تقديم آخر الأحداث إلى القراء .

وهذه الطريقة التى تتبعها الجرائد الصادرة فى الصباح ، هى نفس الطريقة التى تتبعها الجرائد التى تصدر بعد الظهر أو فى المساء ، مع فارق بسيط فى الفترات التى تعقد فيها تلك الإجتماعات .

ثانياً : كيف يجرى العمل بالمجلة ^(١) ؟

فى صفحات سابقة تحدثنا عن أبرز العاملين فى جهاز التحرير بالمجلة ، سواء كانوا ضمن هيئة تحريرها الثابتين ، أو من خارج هيئة التحرير من الكتاب الأحرار المصاحفين ، وإستعرضنا أهم الشروط والمواصفات التى يجب أن تتوفر فى كل منهم .. وفيما يلى نستعرض طريقة سير العمل فى جهاز التحرير بالمجلة ، لينتظم جهد كل هؤلاء الأشخاص ، منذ البداية إلى أن يتم طبع العدد الجديد من المجلة ، تمهيداً لتوصيله إلى أيدى القراء .

يبدأ العمل فى المجلة بعقد إجتماع إسبوعى عام لجهاز التحرير ، وغالباً ما يكون فى يوم صدور العدد الجديد منها ، ويحضر هذا الإجتماع رئيس التحرير ، ومدير التحرير ، ونائب رئيس التحرير (حسب نظام كل مجلة) والمشرف الفنى ، وسكرتير التحرير المراجع ، ورئيس قسم التصوير ، بالإضافة إلى جميع المحررين العاملين فى المجلة بصفة دائمة ثابتة .

وفى هذا الإجتماع ، يتم تقييم العدد الأخير ، والتخطيط للعدد القادم ، حيث يطرح رئيس التحرير رأيه فى العدد الأخير الذى صدر من المجلة ، ويناقش مع معاونيه ومحرريه ، الجوانب الإيجابية والسلبية فى ذلك العدد .. وعلى ضوء هذه المناقشة يبدأ التخطيط للعدد القادم .. والمفروض قبل أن يستمع رئيس التحرير إلى مقترحات المحررين ، أن يكون قد استعد بالإشتراك مع معاونيه ، ببعض المقترحات لموضوعات تحريرية ومصورة ، وخاصة موضوعات الغلاف . ثم يبدأ كل محرر بطرح إقتراحاته التى ينوى إعدادها للنشر ، ويتم مناقشة كل إقتراح على حده ، من جانب الحاضرين فى الإجتماع . وقد يوافق على الإقتراح كما هو ، أو يعدل حسب سير المناقشة ، أو قد

(١) راجع فى ذلك كتاب : المجلة ... مصدر سابق ص ١٢٠ و ١٢١ وكذلك مذكرات فاروق أبو زيد فى الصحافة .. مصدر سابق ص ٥١-٥٦ .

يُرفض ويُصرف النظر عنه نهائياً . وقد يكلف المحررون أيضاً بعمل موضوعات غير التي إقترحوا أفكارها خلال هذا الإجتماع ، أو خلال الأسبوع وذلك وفقاً لتطوير الأحداث .

وبعد إنتهاء هذا الإجتماع الموسع مباشرة ، يُعقد إجتماع آخر ضيق ، يضم عادةً رئيس التحرير ومعاونيه ، والمشرّف الفني ، وسكرتير التحرير المراجع ، ورئيس قسم التصوير ، لوضع تصور مبدئي لشكل العدد القادم من المجلة ، على ضوء الإقتراحات التي قدمت في إجتماع التحرير العام . وغالباً يتم إختيار الإقتراحات التي تتعلق بقضايا عاجلة أو مثيرة ، أو ساخنة ، أو التي يمكن أن تمر مناسبتها ، أو التي يحتمل أن تسبق بنشرها مجلة أخرى منافسة .

أما بقية العدد فإنه يُغطى بالموضوعات ، والمادة الصحفية التي يختارها المسئولون من بين إنتاج الكتاب الأحرار المصاحفين وغيرهم ، بالإضافة إلى الموضوعات التي سبق إعدادها من قبل ولم تنشر لسبب أو آخر ، والموضوعات المؤجلة التي تصلح للنشر في أي وقت .

وجدير بالذكر ، أن أي موضوع يؤجل نشره ، ليس معناه أنه موضوع غير جيد أو غير صالح للنشر ، فهناك موضوعات كثيرة جيدة تؤجل لكي يكون للمجلة حصيلة كافية من الموضوعات الجيدة ، والتي تصلح للنشر في أي وقت . بل إن هناك من يرى أن المجلة الناجحة ، هي التي يكون عندها رصيد من المؤجلات ، يكفي لإصدار عشرة أعداد كاملة من المجلة ، على إعتبار أن المجلة التي تعيش على إنتاج محرريها إسبوعاً بإسبوع ، دون أن يكون لديها رصيد كاف من الموضوعات المؤجلة ، قد تضطر في كثير من الأحيان ، إلى نشر موضوعات ضعيفة المستوى ، أو غير هامة ، لأنه ليس أمامها بديلاً لنشر هذه الموضوعات ، لإترك الصفحات خالية .

وفي هذا الإجتماع الضيق أيضاً ، يتم إختيار صورة الغلاف ، وتحديد ما إذا كانت سوف ترتبط بموضوع صحفي ينشر داخل العدد ، أم لا . وإن كان من الأفضل أن ترتبط صورة الغلاف بموضوع هام داخل العدد ، لأن نشر صورة الغلاف دون موضوع داخل العدد يرتبط بها ، يعني أن المجلة قد فشلت في أن تخرج من موضوعات المجلة بصورة تطبع على الغلاف .

كذلك غالباً ما يتم في هذا الإجتماع الضيق ، التركيز على وضع الصورة النهائية لملازم الألوان ، على أن يؤجل وضع الصورة النهائية لبقية صفحات المجلة ، وهي ما تسمى بملازم الأبيض والأسود ، إلى إجتماع آخر يعقد في منتصف الأسبوع الذي تصدر فيه المجلة ، لأن صفحات الألوان عادة تطبع أولاً ، لإحتياجها إلى وقت في الطباعة ، بالإضافة الى ما تستغرقه الصورة الملونة في التحميص وغير ذلك من العمليات الفنية .

وبالنسبة للمحررين فإنهم يخرجون من الإجتماع الأسبوعى الموسع ، ليبدأ كل منهم فى تنفيذ الموضوعات التى كلفوا بها فى الإجتماع ، وإذا كان الموضوع يحتاج الى تصوير ، إتفق المحرر مع المصور الذى سيرافقه فى تنفيذ الموضوع ، ثم يبدأ المحرر إتصالاته بالمصادر التى سيسئق منها مادة الموضوع ، ويعد أن ينتهى من جمع مادة الموضوع ويقوم بكتابته ، يسلمه إلى رئيس القسم أو المسئول عن الباب أو الصفحة المتخصصة ، الذى يقرأه لمراجعته مراجعة مبدئية ، وإذا كانت لديه ملاحظات يوجه المحرر لتنفيذها ، وبعد الموافقة عليه يسلمه بدوره الى أحد معاونى رئيس التحرير حسب الإختصاص ، فيقرأه هو أيضاً ويدون عليه ملاحظاته ، وقد يجيز نشره كما هو ، وإن كان فى حاجة إلى استكمال أعيد إلى المحرر لاستكمال اللازم . وقد يكتفى بتوجيه هذه الملاحظات الى سكرتير التحرير المراجع ، الذى يقوم بإعداد الموضوع للنشر ، حيث يعيد كتابة الموضوعات التى تحتاج الى إعادة كتابه كاملة وقد يكتفى بتغيير طفيف فى المقدمة والعناوين وغيرها .

وبعد إعادة الصياغة والمراجعة ، يعود الموضوع مرة أخرى الى معاون رئيس التحرير ، الذى يتأكد من تنفيذ ملاحظاته التى طلب تنفيذها ، ثم يرسله الى قسم المعلومات لمراجعته من ناحية المعلومات ، ويعود إليه مرة أخرى ليقوم بتسليمه إلى المشرف الفنى ، الذى يوضح عليه المساحة التى سيشغلها ، وأسلوب إخراجها ، ويسلمه إلى المخرج الفنى الذى يقوم برسم الماكيت ، ويحدد شكل الموضوع على الصفحة ، ويرسل أصل المادة المكتوبة إلى الجمع . وفى نفس الوقت تكون الصور قد تم تجميعها وطبعها ، ويختار منها المشرف الفنى الصور التى ستنتشر مع الموضوع ، ويرسلها الى الحفر أو التصوير فى المطبعة لإعدادها للنشر .

ويعود الموضوع بعد أن يتم جمعه فى المطبعة الى المشرف الفنى فى ثلاث نسخ ، فيحتفظ بنسخة منها لكى يوزع الموضوع على ضوئها ، فى حين يبعث بنسخة أخرى الى قسم التصحيح ، لتصحيح الأخطاء اللغوية والمطبعية . ويبعث بالنسخة الثالثة الى رئيس التحرير . كما تصل إلى المشرف الفنى بروقات الصور من المطبعة ، ليقوم بتوضيب الموضوع فى المساحة المحدده له . وبعد أن ينتهى من توضيب كل موضوع يعرضه على رئيس التحرير ، الذى يغير أو يبدل حسب ما يرى . فقد يطلب إفساح مساحة أكبر لأحد الموضوعات ، أو لبعض الصور . وقد يطلب حذف فقرات معينة من موضوع ، أو إضافة فقرات أخرى . وقد يطلب إعادة توضيب موضوع معين لإبرازه ، أو إخفائه حسب ما يرى ، فيقوم المشرف الفنى بتنفيذ توجيهات رئيس التحرير ، ثم يعيد عرض الماكيت المعدل عليه مرة أخرى . وفى حالة موافقة رئيس التحرير على هذا الماكيت ، يبعث به المشرف الفنى الى المطبعة لتنفيذه فى المونتاج ، ثم يذهب الى المطبعة ليطلع بعد إعطاء رئيس التحرير أو أحد معاونيه المكلفين ، أمر الطبع . وبعد أن يتم طبع كل ملزم المجلة ، يتم جمعها معاً وتديسها ، لتكون المجلة بعد ذلك جاهزة للتوزيع .

وبالنسبة للمجلة الشهرية ، فإن هيئة التحرير تعقد إجتماعاً شهرياً ، غالباً ما يتم في الأسبوع الأول لصدور العدد الأخير . ويضم الإجتماع رئيس التحرير ومدير التحرير وسكرتير التحرير المراجع ، والمشرف الفني ، والمحررين المعيّنين بالمجلة بالإضافة الى عدد من الكتاب الدائمين بها .

وفي بداية الإجتماع يجرى نقد العدد الأخير ، ثم يقدم كل واحد من الحاضرين إقتراحاته ، ويعرض رئيس التحرير تصوراً للموضوعات ، والقضايا التي يجب أن يتضمنها العدد القادم . وتكلف كل محرر أو كاتب بالموضوعات التي عليه إعدادها . ويتولى سكرتير التحرير ، أو مدير التحرير الإتصال بالكتاب الذين إتفق على أن يشاركوا بالكتابة في العدد القادم ، ثم يقوم بمتابعة هذه التكاليفات الى أن تصل الى المجلة .

وقبل صدور العدد الجديد بوقت كاف ، قد تكون أسبوعاً أو أكثر ، يعقد إجتماع آخر ، يضم رئيس التحرير ، ومدير التحرير ، وسكرتير التحرير المراجع ، والمشرف الفني لإستعراض الصورة النهائية التي سوف يصدر بها العدد القادم . ثم يرسل أصل المادة الصحفية الى المطبعة بعد أن يكون سكرتير التحرير المراجع قد قام بمراجعتها . وبعد عودة السليخ المجموعة من المطبعة يقوم المشرف الفني بتوضيب صفحات العدد . ثم يعرض ما كُتبت العدد كاملاً على رئيس التحرير ، الذي يوافق عليه ، أو يعدل ويغير فيه على ضوء سياسة المجلة . ثم يبعث المشرف الفني بالماكيت ، بعد أن ينفذ ملاحظات رئيس التحرير الى المطبعة لعمل الخطوات الطباعية اللازمة ، لتدور المطبعة بالعدد الجديد من المجلة الشهرية . وعلى نفس النسق يجرى العمل بالنسبة للمجلات الفصلية ، أو السنوية ، وغيرها .

* * *

* *

المطلب الرابع

تطبيقات من الصحف المصرية

يتضمن هذا المطلب نماذج تطبيقية من الصحف المصرية، حول أهم العناصر القيادية في الجهاز الصحفي، والأقسام المختلفة التي يشتمل عليها هذا الجهاز، وطريقة سير العمل فيها ..

* * *

الأهرام^(١):

يوجد رئيس التحرير على رأس العمل الصحفي في جريدة الأهرام .. ويعاونه من قيادات العمل الصحفي (حالياً عام ١٩٩٣) ثلاثة من مديري التحرير : أحدهم مسئول عن العدد اليومي الإخباري .. والثاني مسئول عن الصفحات المتخصصة التي تصدر في عدد الجمعة وخلال الأسبوع .. والثالث مسئول عن تسيير العمل في الطبعة الدولية من الأهرام .. ومدير التحرير يقوم بكل أعمال رئيس التحرير في حالة غيابه ، أو ما يكلفه به رئيس التحرير أثناء وجوده .

وإلى جانبهم يوجد عدد من نواب رئيس التحرير ، ومساعدى رئيس التحرير ، يختص كل واحد منهم بفرع معين . وهو صاحب الكلمة النهائية فيه ، إلا ما يحتاج للرجوع إلى رئيس التحرير .. فهناك ستة نواب لرئيس التحرير ، للإشراف على أقسام : الدسك المركزى .. والأخبار المحلية .. والأخبار الخارجية .. والسكرتيرية الفنية (الإخراج الصحفي) .. والتحقيقات الصحفية .. والشئون الاقتصادية . بالإضافة إلى عدد من مساعدى رئيس التحرير - وهم من قدامى المحررين بالجريدة - للإشراف على أقسام : المراجعة .. والعلوم .. والتصحيح .. والمعلومات .. وبعد ذلك يوجد عدد من رؤساء الأقسام حديثى العهد عن سابقهم يرأسون ، الأقسام الباقية بالجهاز الصحفي بالجريدة .

(١) حصلت على هذه المعلومات من الأستاذ محمود مهدى مساعد رئيس تحرير الأهرام ، ورئيس قسم تقويم الجريدة (الدراسات الصحفية) في مقابلة شخصية معه بمكتبه بجريدة الأهرام بتاريخ ١٩٩٣/٧/٢٥ .. وراجع كذلك معلومات عن مؤسسة الأهرام وردت ضمن صفحات هذا الكتاب في (المطلب الأول من المبحث الأول بالفصل الثالث) تحت عنوان ملكية الصحف وإصدارها وتنظيمها .

ويشتمل جهاز التحرير بالأهرام على الأقسام الصحفية التالية :

(١) قسم الدسك المركزى . (٢) قسم المراجعة (سكرتيرية التحرير) . (٣) قسم الإخراج الصحفى (السكرتيرية الفنية) . (٤) قسم التصحيح . (٥) قسم تقويم الجريدة (الدراسات الصحفية) . وهو أحدث قسم أنشئ بالأهرام ولا يوجد مثيل له فى أى جريدة مصرية أخرى) . (٦) قسم الأخبار المحلية . (٧) قسم الأخبار الخارجية . (٨) قسم التحقيقات الصحفية . (٩) قسم الحوادث والقضايا . (١٠) القسم الأدبى . (١١) القسم العلمى . (١٢) قسم الفنون . (١٣) القسم الرياضى . (١٤) القسم الدينى . (١٥) القسم الثقافى . (١٦) قسم فكر ثقافة (خاص بعدد الجمعة) . (١٧) قسم المحافظات . (١٨) قسم المرأة . (١٩) قسم الشؤون العربية . (٢٠) القسم الدبلوماسى . (٢١) القسم الإقتصادى (ويصدر صفحة يومية غير الصفحة الإقتصادية التى تصدر فى عدد الجمعة بالإضافة إلى صفحة ثلاثة تنشر صباح السبت باسم الأسبوع الإقتصادى) . (٢٢) قسم المكاتب الخارجية (خاص بعمل التحقيقات واستقبال رسائل مكاتب الأهرام فى الخارج) . (٢٣) قسم التنظيمات الشعبية (مجلسى الشعب والشورى) . (٢٤) قسم الصفحات المتخصصة (البيئة - السينما - الصفحة الأخيرة - الإذاعة والتليفزيون - قضايا وآراء - الصفحة الإقتصادية) . (٢٥) قسم المعلومات . (٢٦) قسم التصوير .

وبالنسبة لسير العمل فى جهاز التحرير بالأهرام .. فإن كل قسم من الأقسام السابق ذكرها يعقد إجتماعات دورية - يومية أو أسبوعية - حسب طبيعة عمله .. فالأقسام ذات العلاقة بالأخبار اليومية مثل الأخبار المحلية ، والأخبار الخارجية والرياضية والحوادث والمحافظات وغيرها تعقد إجتماعات يومية فى الصباح كل على حده ، ويحضرها جميع المحررين فى كل قسم برئاسة رئيس القسم المختص ، وذلك لتقييم العدد الأخير الذى صدر ، لمعرفة جوانب الإنفراد والتخلف فى مجال تخصص القسم .. ثم إقتراح خريطة العمل لعدد اليوم التالى ، بناء على ما يقدمه كل مندوب من توقعاته على ضوء الأحداث الجارية فى تخصصه .. أما الأقسام الأخرى المتخصصة مثل : الدين والأدب والثقافة والفن وغيرها ، فإنها تعقد إجتماعات أسبوعية يحدد موعدها خلال الأسبوع بمعرفة رئيس القسم وأعضائه .

وينطلق المندوبون بعد إجتماعاتهم هذه كل الى تخصصه ، ليعودوا الى مكاتبهم فى مقر الجريدة ، بما يحصلون عليه من أخبار ومواد صحفية ، لكتابتها وتسليمها إلى رؤساء أقسامهم ، الذين يراجعونها مراجعة مبدئية للتأكد من إستكمالها للمعلومات ، ثم إرسال الصالح للنشر منها إلى سكرتيرية التحرير (المراجعة) لصياغتها فى قالب الصحفى السليم ، ثم ترسل بعد ذلك إلى الدسك المركزى ، الذى يقرها فى صورتها النهائية ، ويرسلها إلى قسم الإخراج الصحفى لوضعها على الماكيت الخاص بنوعية

كل صفحة ، تمهيداً لإرسالها إلى المطبعة للصف ، وترسل البروفات لقسم التصحيح لمطابقتها مع الأصل ، وتصحيح الأخطاء المطبعية . ثم تأخذ طريقها إلى المطبعة تمهيداً لطبع الجريدة .

أما الإجتماع الرئيسى الصباحى للأهرام ، فيعقد فى الساعة الحادية عشرة صباح كل يوم ، برئاسة رئيس التحرير ، أو مدير التحرير فى حالة غيابه .. ويحضر هذا الإجتماع جميع نواب رئيس التحرير ، ومساعدى رئيس التحرير ، ورؤساء الأقسام وذلك لبحث خطة التحرير اليومية ، وعرض أهم الأخبار والإقتراحات المتوقعة ، والموضوعات المقررة للنشر ، وكذلك للتنسيق بين مقترحات الأقسام المختلفة والربط بينها .. وعلى ضوء كل ذلك يتم وضع خريطة مبدئية للعدد الذى يصدر غداً .. وفى الساعة الثانية بعد الظهر يعقد الإجتماع الثانى والأخير ، لقيادات العمل الصحفى ، برئاسة رئيس التحرير ، وذلك لتقرير خريطة النشر فى شكلها النهائى للعدد الذى يصدر غداً .

الأخبار (١)

يعاون رئيس التحرير فى الأخبار عدد من قيادات العمل الصحفى ، فى مقدمتهم مدير التحرير ، الذى له سلطات رئيس التحرير الكاملة ، فى حالة غيابه عن العمل ، ويمارس إختصاصاته الموكلة إليه فى حالة وجود رئيس التحرير ، فيما يتعلق بالعمل اليومى لجهاز التحرير ، الى جانب قيام مدير التحرير أيضاً ببعض الأعمال الإدارية نيابة عن رئيس التحرير بصفة دائمة ، فيما يتعلق بأمور سفر المحررين للخارج ، أو القيام باجازاتهم السنوية والعارضة ، ومنح المكافآت الفورية للصحفيين المجيدين ، وغير ذلك من الأعمال الإدارية فى قطاع التحرير .

لى ذلك عدد من نواب رئيس التحرير ، الذين يمارسون العمل الصحفى اليومى اصيله ، بداية من وضع تصور للعدد الجديد الذى يصدر غداً ، وتكليف جهاز

حصلت على هذه المعلومات من الأستاذ عثمان لطفى سكرتير عام تحرير (دار أخبار اليوم) فى مقابلة شخصية معه فى مكتبه بمقر الجريدة بتاريخ ١٩٩٣/١/٢٣ « وقد تأسست عام ١٩٤٤ باسم [دار أخبار اليوم للصحافة والنشر والطباعة] ثم تغير الإسم إلى «مؤسسة أخبار اليوم» بعد صدور قانون تأميم الصحافة فى مصر فى ٢٤ مايو ١٩٦٠ ثم أصبح الإسم الحالى «دار أخبار اليوم» بعد إتفاق قادة المؤسسة على إستبدال كلمة (مؤسسة) إلى كلمة (دار) وذلك فى منتصف عام ١٩٩٢ وتصدر عن هذه الدار جريدة (أخبار اليوم) الأسبوعية منذ عام ١٩٤٤ وجريدة (الأخبار) اليومية من عام ١٩٥٢ ومجلة (آخر ساعة) الأسبوعية التى كان قد أسسها محمد التابعى عام ١٩٣٤ ، واشتراها منه مصطفى أمين وعلى أمين عام ١٩٤٤ وكانت هذه الدار ملكاً للصحفيين المشهورين مصطفى أمين وعلى أمين ثم آلت ملكيتها إلى الدولة بعد تأميم الصحافة فى مصر عام ١٩٦٠ راجع قاموس المصطلحات الإعلامية (للمؤلف) صفحة ١٩ .

التحرير بكل أقسامه بتنفيذ هذا التصور .. ويقسم نواب رئيس التحرير إلى فئتين :
(١) فئة مسئولة عن تنفيذ إختصاصاتها فقط . (٢) فئة تتولى العمل التنفيذي ومسئوليته ، فى أيام محددة من كل أسبوع ، حتى تنتج الصحيفة الى الطبعة الثالثة أو الرابعة . وقد يكلف أحد مساعديه لمتابعة هذه الطباعات على أن يكون على إتصال مستمر معه ولو كان فى منزله .

بعد هذا يوجد رؤساء الأقسام ، وبعضهم بدرجة مساعد رئيس التحرير ، والبعض الآخر بدرجة مساعد مدير التحرير . وكل رئيس قسم مسئول مسئولية مباشرة أمام رئيس التحرير ، وتحت إشراف مدير التحرير ، أو نائب رئيس التحرير ، ويوجد فى جريدة الأخبار اليومية الأقسام الصحفية الآتية : -

- ١- قسم الدسك (المراجعة) . ٢- سكرتيرية التحرير الفنية (الإخراج الصحفى)
- ٣- قسم الأخبار المحلية . ٤- القسم الرياضى . ٥- القسم القضائى . ٦- قسم الحوادث . ٧- القسم السياسى . ٨- قسم الشؤون العربية (السفارات العربية وجامعة النول العربية) . ٩- القسم الدبلوماسى (السفارات الأجنبية بالقاهرة) .
- ١٠- القسم الخارجى (خاص بالأخبار الخارجية) . ١١- القسم الإقتصادى .
- ١٢- التحقيقات الصحفية . ١٣- قسم خارج القاهرة (المحافظات) . ١٤- القسم الأدبى . ١٥- قسم المسرح . ١٦- قسم السينما .

وبالإضافة إلى ذلك يوجد عدد من الأقسام المشتركة لخدمة كل مطبوعات (دار أخبار اليوم) ، ورؤساء هذه الأقسام المشتركة مسئولون أمام جميع رؤساء تحرير جميع المطبوعات ، وهذه الأقسام المشتركة هى :

- (١) التصوير . (٢) الترجمة . (٣) الإستماع . (٤) الإنتاج . (٥) التصحيح .
- (٦) المراسلون المصريون والأجانب فى الخارج . (٧) الأرشفة بقسميه : المعلومات والصور .

وفى مقدمة قيادات العمل الصحفى فى (دار أخبار اليوم) يوجد كذلك سكرتير عام التحرير ، وهوىلى رئيس التحرير مباشرة وعلى نفس مستوى مدير التحرير ، ومهمته الربط بين جهاز التحرير بالنسبة لكل صحف الدار ، وبين الإدارة . وهوىلى الوقت نفسه الرئيس الفعلى لكل الأقسام المشتركة ، والمسئول عن التعامل بين صحف الدار وبين الأقسام الفنية المختلفة كإعلانات والمطابع والتصوير .. الخ .

وفىما يتعلق بنظام سير العمل اليومى فى جهاز التحرير بجريدة الأخبار اليومية .. فإن العمل يبدأ فى الساعة التاسعة من صباح كل يوم ، بإجتماع مجلس التحرير الذى يضم مديرى التحرير ، ونواب رئيس التحرير ، ومساعدى رئيس التحرير ، ورؤساء

الأقسام جميعاً ، ماعدا الأقسام المشتركة . ويرأس هذا الإجتماع فى العادة رئيس التحرير ، أو مدير التحرير ، أو أحد نواب رئيس التحرير فى حالة غياب الأعلى منهم .

ويتم خلال الإجتماع تقييم العدد الذى صدر . وحصر جوانب الإنفراد والتفوق ، وجوانب القصور والتخلف . وتحديد المكافآت والفرامات . وكذلك مناقشة التقارير التى أعدها رؤساء الأقسام فى إجتماعاتهم الصباحية ، التى تسبق هذا الإجتماع مباشرة مع المحررين التابعين لكل قسم على حده ، وخطة عمل كل قسم ، والأخبار المتوقعة أو المتوفرة لدى كل قسم ، وتحديد أولويات النشر ، وإعداد خريطة مبدئية للعدد الجديد الذى يصدر غداً .

يعقب هذا الإجتماع فى الساعة الحادية عشرة والنصف صباحاً ، إجتماع آخر برئاسة رئيس التحرير ، أو مدير التحرير فى حالة غيابه ، لتحديد الخطة شبه النهائية للعدد اليومى الجديد ، على ضوء الأحداث المتوفرة .. ويحضر هذا الإجتماع مديرو التحرير ، ونواب رئيس التحرير ، ومساعدي رئيس التحرير ، وسكرتير التحرير . وعقب هذا الإجتماع يبدأ العمل مباشرة فى تنفيذ ما إستقرأ عليه .

ويحدث أحياناً أن يتم تغيير الخطة بالكامل أو بعضها فقط ، وذلك على ضوء الأحداث الجديدة التى تقع بشكل مفاجئ . وفى هذه الحالة يكون الأمر فى يد رئيس التحرير أو مدير التحرير فى حالة غيابه ، وأيضاً نائب رئيس التحرير المكلف بالعمل لإصدار العدد الجديد . ولا يتم الرجوع إلى رؤساء الأقسام أو نواب رئيس التحرير الآخرين .

وهذا النظام يتبع فى كل إصدارات (دار أخبار اليوم) مع تعديل دورية الإجتماع وطبيعته يومياً أو أسبوعياً ، حسب طبيعة كل إصدار ونوعيته ، فيما عدا (كتاب اليوم) الذى له نظام آخر يختص به .

الجمهورية^(١)

رئيس التحرير على رأس الجهاز الصحفى بجريدة الجمهورية ، ويعاونه مدير تحرير يتولى تنفيذ الخطوط العامة للعملية الصحفية ، بتوجيهات من رئيس التحرير . وهو أيضاً حلقة الوصل بين رئيس التحرير وبقية أفراد الجهاز الصحفى بالجريدة .

(١) حصلت على هذه المعلومات من الأستاذ ناجى قمحة مدير تحرير الجمهورية فى مقابلة شخصية . معه فى مكتبه بالجريدة بتاريخ ١٩٩٢/١/٢٣ ، وجريدة الجمهورية جريدة يومية صباحية قومية تصدر بالقاهرة . وقد تأسست عام ١٩٥٣ وعدد أسبوعى يوم الخميس . وتصدر عن مؤسسة دار التحرير للطبع والنشر (الجمهورية) . راجع قاموس المصطلحات الإعلامية (المؤلف) مصدر سابق من ٢٥٢١ و ٢٦ .

وإلى جانبهما يوجد (حالياً عام ١٩٩٣) أربعة نواب لرئيس التحرير ، منهم إثنان يقومان بالعمل اليومي التنفيذي لإصدار الجريدة ، ويشرفان على الدسك ، الذى يعمل به عدد من المحررين لإعادة الصياغة الصحفية والمراجعة . وكل واحد منهما يعمل ثلاثة أيام فى الأسبوع تحت رئاسة رئيس التحرير . . والثالث من نواب رئيس التحرير مسئول عن قسم القضايا والحوادث . . والرابع منهم مسئول عن قسم المحافظات . كذلك يوجد رؤساء للأقسام الصحفية المختلفة بالجريدة وهى : -

١ - قسم الأخبار . ٢ - قسم المحافظات . ٣ - قسم الحوادث . ٤ - القسم الدينى
٥ - قسم الإسكان . ٦ - قسم التعليم . ٧ - قسم الرياضة والشباب . ٨ - قسم التحقيقات الصحفية . ٩ - قسم الترجمة (القسم الخارجى) . ١٠ - القسم الإقتصادى . ١١ - قسم الشؤون الثقافية . ١٢ - قسم الفنون . ١٣ - قسم سكرتيرية التحرير الفنية (الإخراج الصحفى) .

كما توجد أقسام التصحيح ، والتصوير ، والأرشفيف ، وهى أقسام معونة على مستوى المؤسسة كلها .

وكل قسم من هذه الأقسام يعقد إجتماعات يومية سواء كانت يومية أو أسبوعية ، حسب طبيعة العمل فى كل منها . وبعد إنتهاء تلك الإجتماعات ينصرف المندوبون والمحررون الى جهات إختصاصهم للحصول على المادة الصحفية ، التى يقومون بكتابتها بعد عودتهم الى مكاتبهم فى مقر الجريدة ، ويسلموها الى رؤسائهم الذين يقومون بمراجعتها مراجعة مبدئية سريعة ، ويرسلون الصالح منها للنشر الى الدسك مباشرة ، حيث يتولى المحررون المراجعون إعادة صياغتها فى الصورة النهائية ، وبعد أن يجيزها نائب رئيس التحرير ، يرسلها الى سكرتيرية التحرير الفنية ، وعليها التعليمات الخاصة بها ، لتوزيعها على الصفحات المختلفة ، على الماكيت الذى يتم عرضه على نائب رئيس التحرير للموافقة عليه تمهيداً لتنفيذه فى المطبعة .

وبعد الإنتهاء من إجتماعات الأقسام الصباحية ، يعقد إجتماع صباحى لمجلس تحرير الجريدة برئاسة مدير التحرير ، ويحضره نواب رئيس التحرير ، ورؤساء الأقسام المختلفة ، وعدد من المحررين الصغار . ويتم فى هذا الإجتماع تقييم عدد اليوم ، ومناقشة ومتابعة العدد القادم ، وإصدار التوجيهات والتكليفات للأقسام المختلفة .

* * *

* *

الفصل الرابع

المادة الصحفية

يتضمن هذا الفصل الحديث عن الصحافة (بفتح الصاد)
ويقابلها في الإنجليزية كلمة Press بمعنى (المادة) التي تنشرها
الصحف مثل : فن الخبر .. وفن المقال .. وفن التحقيق .. وفن
الحديث .. ونستعرض في الصفحات التالية هذه الفنون الصحفية في
أربعة مباحث هي : -

المبحث الأول : فن الخبر الصحفي .

المبحث الثاني : فن المقال الصحفي .

المبحث الثالث : فن التحقيق الصحفي .

المبحث الرابع : فن الحديث الصحفي .

المبحث الأول

فن الخبر الصحفي The News

يتناول هذا المبحث الحديث عن تاريخ الخبر ، وتعريفه ، وعناصره ، وأنواعه ومصادره ، وكتابته .

* * *

أولاً: تاريخ الخبر^(١)

إن الخبر قديم قدم البشرية ، لأنه يتصل بحياة الإنسان ، وينشأ بالضرورة في كل مجتمع من المجتمعات ، مهما كان بسيطاً أو دوائياً .. فقد ظهر الخبر مع بداية الحياة الاجتماعية للإنسان . وبمجرد أن أصبح الفرد عضواً في جماعة ، أصبح في مقدوره أن يستقبل الأخبار وينقلها إلى غيره .

ولقد مر تطور الخبر في ثلاث مراحل هي : مرحلة الخبر المسموع ، ثم مرحلة الخبر المخطوط ، ثم مرحلة الخبر المطبوع .

وبدأت مرحلة الخبر المسموع منذ العصور القديمة ، حين عرف الإنسان عملية تبادل الأخبار ، التي إقتصرت على الوسائل السمعية والصوتية فقط ، عن طريق الأبواق والمنادين وإستعمال النيران والدخان وما أشبه ذلك .

أما الخبر المخطوط فقد أرتبط ظهوره باكتشاف القراءة والكتابة ، وبدأت هذه المرحلة بالنقش على الحجر ، والرسم على جدران المقابر ، والمعابد ، والقصور .. ثم الكتابة على الجلود والعظام وجريد النخيل والألواح وغيرها ، وأوراق البردي والورق العادي .

وبالنسبة للخبر المطبوع فقد إرتبط ظهوره باكتشاف المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر على يد جوتنبرج . وأمكن عن طريق هذا الإختراع الهام ، طباعة عدد كبير من النسخ من الخبر الواحد ، مما أتاح إمكانية وصوله إلى أكبر عدد من القراء .

وجدير بالذكر أنه ليست هناك حدود فاصلة بين كل مرحلة وأخرى ، من هذه المراحل الثلاثة التي مر بها الخبر ، ولم يكن هناك ما يمنع من أن تتداخل مرحلتان معاً : ففي الوقت الذي عرفت فيه بعض الشعوب الخبر المطبوع ، كانت هناك ولا تزال بعض

(١) راجع تفاصيل ذلك في كتاب فن الخبر الصحفي - مصدر سابق ص ٦١ وما بعدها .

الشعوب تقف عند مرحلة الخبر المسموع ، أو الخبر المخطوط .. كما أن الخبر المسموع ظل منتشراً بعد معرفة القراءة والكتابة لقلّة عدد الذين يعرفونها .. كذلك فإن المجتمعات التي عرفت الخبر المطبوع ، ظلت في البداية لا تستغنى عن الخبر المخطوط ، وذلك لقلّة خبرتهم بالطباعة ، وإرتفاع تكلفتها ، وبعض الصعوبات الأخرى الخاصة بهذا الإكتشاف الجديد .. وقد ظل إنتشار الخبر المخطوط مع الخبر المطبوع إلى نهاية القرن الثامن عشر ، حيث قضت الصحافة المطبوعة على الأساليب الإخبارية المخطوطة ، بعد أن إنتشرت المطابع وأصبحت رخيصة التكاليف ، إلى جانب رخص ثمن الصحف المطبوعة وزيادة توزيعها ، مما أدى إلى إختفاء الخبر المخطوط نهائياً .

ويهمنا في هذا المجال الحديث عن الخبر المطبوع .. فالغاية من الصحافة هي جمع الأخبار التي تمس الصالح العام . والأخبار هي حجر الأساس في بناء الصحافة القديمة والحديثة . ومن هذه المادة تصدر جميع المواد الصحفية الأخرى على إختلاف أنواعها .. أي أن هذه المادة هي الأساس الأول ، والأصل الذي يتفرع عنه كل ما تتضمنه الصحيفة: كالمقال الصحفي، والتحقيق الصحفي، والحديث الصحفي ... الخ .

ثانياً: تعريف الخبر^(١)

ولكن ما هو الخبر ؟ . وهل هناك تعريف محدد له ؟ الحقيقة أن التعريف قائم وموجود .. لكن الباحثين والعلماء ، والمختصين إختلفوا حول تعريف الخبر .. فبوسع الشخص العادي عندما تُلقي عليه هذا السؤال ، أن يجيب بأن « الخبر هو ما تطبعه الجريدة ، أو ما نسمعه في الإذاعة ، أو نشاهده في التليفزيون » إن أجوبة مثل هذه – وإن تكن جزئية وناقصة – إلا أنها في بداية الطريق الصحيح . ذلك لأن الخبر ليس هو الحدث الفعلي ، بل هو التبليغ عن الحدث . أو القصة التي تبلغ مسامعنا عن وقوع الحدث . فالخبر ليس هو الحدث ، وإنما هو التقرير الذي يكتب لينشر ، أو يذاع عن هذا الحدث .

ومن تعريفات الخبر مايقوله ويلارد بلاير Willard Bleyer « الخبر الصحفي هو الجديد الذي يتلف القراء على معرفته ، والوقوف عليه بمجرد نشره في الجريدة . ومعنى ذلك أن أحسن الأخبار الصحفية هو ما أثار إهتمام أكبر عدد ممكن من الناس »

(١) مصادر تعريف الخبر كثيرة ... ومنها : دراسات في الفن الصحفي – مصدر سابق ص ٩٥ وما بعدها ، وكذلك المدخل في فن التحرير الصحفي – مصدر سابق ص ٥٦ وما بعدها . وكذلك فن الخبر الصحفي – مصدر سابق ص ٢٥ وما بعدها ، وكذلك المندوب الصحفي – مصدر سابق ص ٢٣ وما بعدها ... وكذلك الصحافة كمصدر للتاريخ – مصدر سابق ص ٢٣ .

ويقول وليم مولسبى William Maulsby الخبر هو « وصف أو تقرير دقيق غير متحيز للحقائق الهامة حول واقعة جديدة تهم القراء » ويقول كيرتس ماك بوجال Curtis Mac Dougall « الخبر الصحفي هو تقرير عن أحداث يجد الصحفي أنها صالحة للتحرير والنشر » ويقول ولسلى Wolsely وكامبل Campell أن الخبر « تقرير عن فكرة أو حادث أو صراع له صفة الحالية أو الجدة وبهم القراء » .

والخبر الصحفي كما يقول جلال الدين الحمامصى فى كتابة - المنسوب الصحفي - « هو كل خبر يرى رئيس التحرير أو رئيس قسم الأخبار ، فى جريدة ما أنه جدير بأن يجمع ويطلع وينشر على الناس لحكمة أساسية هى أن الخبر فى مضمونه يهم أكبر جمع من الناس ، ويرون فى مادته إما فائدة ذاتية أو توجيهاً هاماً لأداء عمل أساسى أو تكليفاً بواجب معين إلى آخر ما يراه الناس واجباً يتحتم على الصحافة كأداة من أدوات الإعلام التى تؤديه نحوهم » .

وقد عقدت مجلة كولبير الأسبوعية الأمريكية ، ندوة جمعت إليها عدداً كبيراً من محررى الصحف فى أمريكا ، لكى يمدوا المجلة بتعريف صحيح للخبر الذى ينشر فى الصحف . ولكن أعضاء الندوة اختلفوا إختلافاً كبيراً فى ذلك ، فظهرت المجلة وبها عدد كبير من التعريفات .

ومن الطريف فى هذا الصدد أن أذكر ماذهب إليه أحد المفكرين من أن كلمة « خبر » باللغة الإنجليزية وهى (NEWS) ترجع فى الأصل إلى أن كل حرف منها يمثل إتجاهاً من الإتجاهات الأربعة الأصلية فى البوصلة .

حرف (N) يعنى الحرف الأول من كلمة (شمال NORTH)

حرف (E) يعنى الحرف الأول من كلمة (شرق EAST)

حرف (W) يعنى الحرف الأول من كلمة (غرب WEST)

حرف (S) يعنى الحرف الأول من كلمة (جنوب SOUTH)

وهذا التفسير له أيضاً دلالة كبيرة ، تتلخص فى أن الأخبار يجب أن تعرف بأنها ، التبليغ عن الأحداث التى تقع فى جميع الجهات ، بمعنى أن الأخبار حالياً لم تعد أخبار مدينة لوحدها أو منطقة بذاتها ، بل إن الكون يتحرك بسرعة ، والعالم أصبح صغيراً ، إلى الحد الذى يجعل ما يحدث فى أى منطقة من العالم يهم كثيراً من سكان المعمورة . وما يقع فى منطقة من المناطق قد يكون مقدمة لأحداث عالمية تقلب حياة سكان العالم .. فهذا الكون الذى كان كبيراً وضخماً من عشرات السنين ، أصبح الآن صغيراً كما لو كان الحى الصغير الذى تسكنه .

وعلى أى حال فإنه يمكن القول بإختصار ، إن الخبر هو معلومة جديدة ، أو تقرير غير متحيز ، يصف فى دقة وموضوعية حادثة ، أو واقعة ، أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء . وتثير إهتمامهم بقدر ماتساهم فى تنمية المجتمع وترقيته .

ثالثاً: عناصر الخبر^(١)

ويتميز الخبر الصالح للنشر بعدة عناصر Elements - وإن كان لا يوجد إتفاق عام حول عدد هذه العناصر ، بين الذين تناولوا الموضوع بالبحث والدراسة ، شأنهم فى ذلك شأن الخلاف حول تعريف الخبر - إلا أنه يمكن إجمال أهم هذه العناصر ، فى ضرورة أن يكون الخبر جديداً يجرى أحداث الحياة اليومية ، ومرتبطة بالمجتمع الذى تصدر به الصحيفة ، سواء كان محلياً أو عالمياً . وأن يثير إهتمام أكبر عدد من القراء ، لما فيه من المصلحة والفائدة الشخصية والعامة . وأن يكون توقيته مناسباً ، ومشوقاً ، وأن تكون له نتائج هامة . وأن يكون موضوعياً ، لا يتلون أو يتغير حسب سياسة كل جريدة . وأن يكون صحيحاً فالصحف مطالبة بالتأكد من صحة كل خبر قبل نشره . وأن يكون دقيقاً بحيث لا يتضمن أى تحريف يمس الحقائق الأساسية .

وبصفة عامة فإن عناصر الخبر هى العامل الحاسم فى تقييمه ، والمفاضلة بين خبر وآخر عند النشر . وإن كان من الضرورى الإشارة الى أن نشر أى خبر ، لا يقوم على أساس توفر أكبر عدد من العناصر المكونة للخبر ، وإنما يقوم على أساس قيمة كل عنصر من العناصر المكونة له . فإذا وجد مثلاً خبر توفرت فيه نسبة كبيرة من العناصر المكونة للخبر ، ولكن قيمة كل عنصر ووزنه ضعيفة ، فإنه يُفضل عليه فى النشر خبر آخر يضم عدداً أقل من العناصر ، ولكن قيمة كل عنصر منها ووزنه مرتفعة .

(١) راجع فى ذلك كتب : فن الخبر الصحفى - مصدر سابق ص ٨٧ وما بعدها ، وكذلك دراسات فى الفن الصحفى - مصدر سابق ص ١١٢ وما بعدها وكذلك المدخل فى فن التحرير الصحفى - مصدر سابق ص ٧٤ وما بعدها .

رابعاً: أنواع الخبر^(١)

توجد عدة أنواع للخبر تختلف باختلاف المعيار الذى نقسم به الخبر ، ومنها الأنواع التالية :

(١) تقسيم جغرافى للخبر : فهناك أخبار داخلية أى داخل الدولة التى تصدر بها الصحيفة .. وأخبار خارجية ، أى خارج الدولة التى تصدر بها الصحيفة .

(٢) تقسيم موضوعى للخبر : فهناك الأخبار السياسية والإقتصادية والإجتماعية ... الخ .

(٣) تقسيم زمنى للخبر : فهناك أخبار متوقعة تعلم الصحف بموعد ومكان وقوعها مقدماً .. وأخبار غير متوقعة ، لا يعلم عنها الصحفى شيئاً ولا يتوقع حدوثها ، أى تلك الأخبار التى تفاجئ الصحف .

(٤) الخبر الجاهز الذى يحصل عليه الصحفى دون أن يبذل مجهوداً كبيراً .. والخبر المبدع الذى يبذل فيه الصحفى مجهوداً للحصول عليه وإستكمالاً بالمعلومات الكافية .

وينتج عن هذا التقسيم تقسيم جديد فيوجد (أ) الخبر السلبي وهو الجاهز ، والمتوقع ، ولا يضيف جديداً ، ولا يبذل فيه الصحفى جهداً كبيراً للحصول عليه . (ب) الخبر الإيجابى وهو المبدع وغير المتوقع ويبذل فيه الصحفى جهداً كبيراً للحصول عليه . (ج) الخبر السلبي الإيجابى ويجمع فى مضمونه بين الصيغة السلبية والصيغة الإيجابية السابق ذكرهما .

(٥) الخبر الخفيف : الذى يسلى القراء مثل أخبار الطرائف والرياضة والجريمة .. الخ . والخبر الجاد الذى يحيط القراء بالأحوال التى من شأنها التأثير فى حياتهم اليومية كأخبار السياسة والإقتصاد والتعليم والصحة ... إلخ .

(٦) الخبر المجرد : الذى يقتصر على تسجيل الواقع دون أى خلفيات . والخبر المفسر المدعم بخلفية تشرح تفاصيل الحدث وأبعاده ودلالاته المختلفة ، مع التأكيد على ألا يتضمن ذلك رأى الكاتب أو وجهة نظره .

(٧) الخبر الملون : الذى يتعرض من جانب الصحفى إلى التشويه المتعمد بالحذف وإخفاء وقائع هامة عن القراء أو إختلاق وقائع لم تقع بالفعل ، أو تضمينه وجهة نظر بهدف التأثير على القراء . ومن شأن ذلك تضليل القراء وخلق رأى عام موجه فى المجتمع .

(١) راجع فى ذلك فن الخبر الصحفى - مصدر سابق ص ١٥٧ وما بعدها .

خامساً: مصادر الخبر^(١)

إن الجريدة الحديثة ، وهى تعيش على الأخبار ، تجعل همها الأول الحصول على الأخبار من مصادرها ، ومنابعها المختلفة . فالأخبار موجودة فى كل مكان ، ولكن مهمة إكتشافها والحصول عليها ، تقع على عاتق رئيس التحرير ، ورؤساء الأقسام ، والمحررين المسئولين عن الأخبار .

ويقصد بمصدر الخبر الصحفى ، الإشارة إلى الأداة التى تحصل من خلالها الصحيفة على الخبر . وهذا المصدر قد يكون شخصاً مثل كبار الشخصيات الرسمية والشعبية ونجوم المجتمع وكبار الشخصيات الأجنبية التى تزور البلاد ... الخ . وقد يكون المصدر جهة مثل وكالات الأنباء ، والإذاعات المحلية والأجنبية ، والصحف المحلية والأجنبية ، والوزارات والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة ... الخ .

ولكل صحيفة مصدران رئيسيان للأخبار : الأول : المصادر الذاتية ، وهى تلك المصادر التى تعتد فيها الصحف على هيئة تحريرها فى الحصول على الأخبار مثل : المندوبين والمراسلين . والثانى : المصادر الخارجية ، وهى تلك التى تعتمد عليها الصحيفة من غير هيئة تحريرها ، مثل وكالات الأنباء ، والاتفاقات الخاصة ، والإذاعات المحلية والأجنبية ، والصحف المحلية والأجنبية ، والنشرات والوثائق وغير ذلك من المصادر .

وهناك مصادر أساسية ، أو رئيسية ، وهى تلك التى يحصل منها المندوب على الخبر ، مباشرة .. ومصادر ثانوية ، وهى تلك التى يحصل منها المندوب على ما يساعده فى الحصول على الخبر أو يقدم له مؤشرات أو إرشادات لخبر معين ، مثل أجنده الصحف ، والتقويم والإعلانات ، ورسائل القراء . وغير ذلك وكلما زادت نسبة المصادر عند الصحيفة كلما زادت فرصتها فى تقديم خدمة إخبارية جيدة للقراء . والصحف مطالبة بأن تبحث باستمرار عن مصادر جديدة للأخبار ، ويساعدها فى ذلك تقدم وسائل الإتصال والمواصلات الحديثة ، وإستخدام أحدث الوسائل التقنية فى تبادل الأخبار . والصحف المعاصرة يقاس نجاحها بمدى ماتقدمه للقراء من خدمة إخبارية ، ويقاس نجاح الخدمة الإخبارية للصحيفة بمدى ماتملكه من مصادر إخبارية .

(١) راجع فى ذلك فن الخبر الصحفى مصدر سابق ص ٢٠٩ وما بعدها وكذلك المندوب الصحفى - مصدر سابق ص ١٤٥ وما بعدها ، وكذلك المدخل فى فن التحرير الصحفى - مصدر سابق ص ٦٣ وما بعدها . وكذلك دراسات فى الفن الصحفى - مصدر سابق ص ١٠٢ وما بعدها .

سادساً: التغطية الصحفية للخبر^(١)

يقصد بالتغطية الخبرية ، عملية الحصول على البيانات والتفاصيل الخاصة بحدث معين ، والإحاطة بأسبابه ومكان وقوعه ، وأسماء المشاركين فيه ، وكيف وقع ومتى وقع .. وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكاً للمقومات والعناصر التي تجعله صالحاً للنشر . فهناك فرق بين الحدث وبين الخبر - كما سبق ذكره - فالحيطة مليئة بملايين الأحداث التي تقع كل يوم ، لكن من بين هذه الملايين عدد قليل من الأحداث يتحول إلى أخبار ، عندما يكون مالكاً لعدد من عناصر الخبر الصحفي ، التي تجعله يستحق النشر كما سبق ذكره . فالتغطية الصحفية هي التي تحول الحدث إلى خبر يستحق النشر .

وهناك نوعان من التغطية الخبرية : التغطية التسجيلية أو التقريرية ، وهي تلك التي تهتم بالحصول على التفاصيل والمعلومات الخاصة بحدث معين تم بالفعل .. والتغطية التمهيدية ، وهي التي تهتم بالحصول على التفاصيل والمعلومات المتعلقة بحدث متوقع ، أى لم يتم بعد ، ولكن هناك مؤشرات تشير إلى احتمال وقوعه .

وإن أى تغطية صحفية ناجحة لحدث ما .. هي التي تبدأ بمحاولة الوصول الى البيانات والمعلومات التي تجيب على الأسئلة الستة المعروفة (من - ماذا - متى - أين - لماذا - كيف) والإهمال في الحصول على إجابة أحد هذه الأسئلة أو بعضها قد تجعل الخبر ناقصاً .. ولكن ليس من الضروري أن يحصل الصحفي على كل الإجابات ، فقد تظل الإجابات عن أحدها أو بعضها خافية لا تظهر إلا بعد فترة .

وإن الحصول على الغالبية من الأخبار الصحفية ، لا يتم إلا عن طريق إجراء المقابلات مع مصادر الأخبار .. والمندوب الصحفي مطالب أثناء تغطيته أى حدث ، أن يذهب الى مكان وقوعه بنفسه على الفور ، ليحصل على تفاصيله الدقيقة ، ولا يكتفى في الحصول على أخبار بمجرد السماع ، دون أن يكلف نفسه عناء الذهاب الى مكان الحدث ، لأن ذلك قد يجعله يحصل على معلومات غير صحيحة . كما يجب على المندوب أن يتوجه الى المصدر الرئيسى للخبر لا للمصادر الثانوية . وأن لا يكتفى بمصدر واحد ، بل عليه أن يحصل على الخبر من أكثر من مصدر رئيسى ، وأن ينسب كل جزء من الخبر الى مصدره الذي حصل عليه منه .

(١) راجع في ذلك فن الخبر الصحفي - مصدر سابق ص ٢٥٥ وما بعدها - وكذلك المندوب الصحفي - مصدر سابق ص ٤١ وما بعدها .

سابعاً: كتابة الخبر^(١)

إن هدف الصحفي أن يجمع المعلومات التي تتكون منها الأخبار أولاً ، ثم يكتبها ثانياً .. وبعض الصحفيين الناشئين يعطون جمع المعلومات أهمية أكثر من كتابتها ، اعتماداً على أن هناك مجموعة من المحررين المراجعين يعيدون صياغة الأخبار ، أو يضعون لها العناوين والمقدمات الجيدة وهي العملية الصحفية الداخلية . وهذا لا غبار عليه إذا كان الصحفي مبتدئاً ، ولكن هذا الإتجاه لا يجب أن يسيطر على المنتوب في حياته الصحفية كلها . ذلك لأن الصحفي الذي يخرج لتغطية خبر يعيش في الجو الذي يقع فيه الحدث ، وهو أقدر من المحرر المراجع الذي سيعيد كتابة أخباره ، على إعطاء القارئ الصورة الواقعية التي تنبض بالحياة .

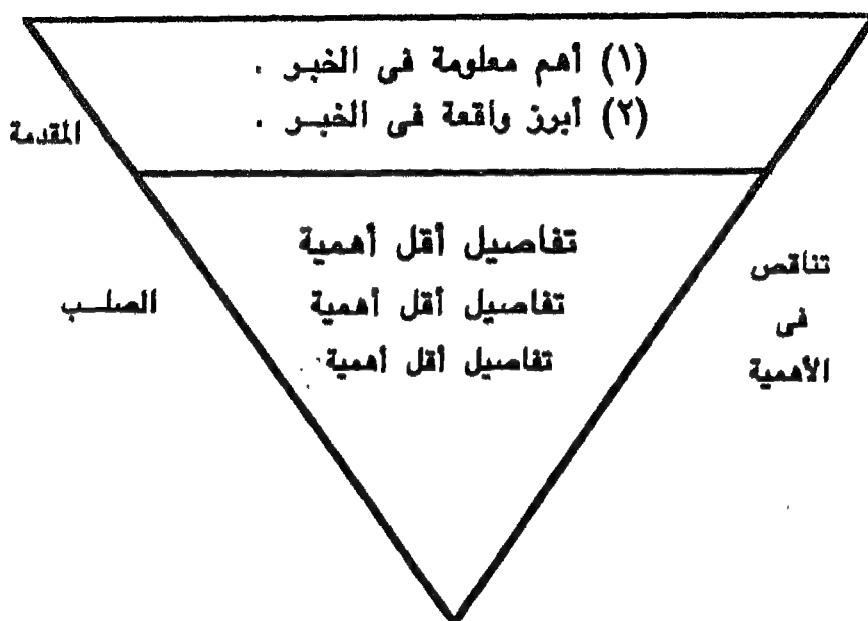
وتنقسم الأخبار من الناحية التحريرية إلى نوعين رئيسيين : النوع الأول هو الخبر البسيط ، الذي يقوم على وصف واقعة واحدة ، وقعت في مكان واحد ، والنوع الثاني هو الخبر المركب ، الذي يقوم على وصف عدد من الوقائع ، التي حدثت في أكثر من مكان والربط بينها . وكل من الخبر البسيط والخبر المركب ينقسم إلى ثلاثة أشكال فنية : (١) الخبر القائم على سرد الأحداث وتتبع تفاصيله بحيث يقدم صورة متكاملة للحدث كما وقع بالفعل ، (٢) الخبر القائم على سرد تصريحات حصل عليها المنتوب من مصدر مسئول ، أو من الشخصية التي يدور حولها الخبر ، بحيث تشكل أقوال هذا المصدر مادة الخبر ، ومصدر أهميته . وهو الأمر الذي يحدث في المؤتمرات الصحفية ، أو الأحاديث الخيرية ، أو الإحتفالات الهامة ، أو الخطب ، أو البيانات ، وغير ذلك من الأخبار التي تقوم على سرد التصريحات . (٣) الخبر القائم على سرد المعلومات والحقائق التي تدور حول موضوع معين ، والتي ترد غالباً في التقارير والوثائق وأمثال ذلك .

وتوجد ثلاثة قوالب فنية لكتابة الخبر وهي :

(١) قالب الهرم المقلوب : بحيث ينقسم الخبر إلى جزئين فقط : قمة الهرم وجسم الهرم . وتأتي أهم حقيقة أو معلومة في الخبر ، أو أبرز واقعة في المقدمة وهي هنا قاعدة الهرم المقلوب . أما تفاصيل الخبر فهي تأتي بعد ذلك لتشكل جسم الخبر ، وتبدأ بمعلومة مهمة وإن كانت أقل أهمية من المعلومة التي تضمنتها المقدمة ،

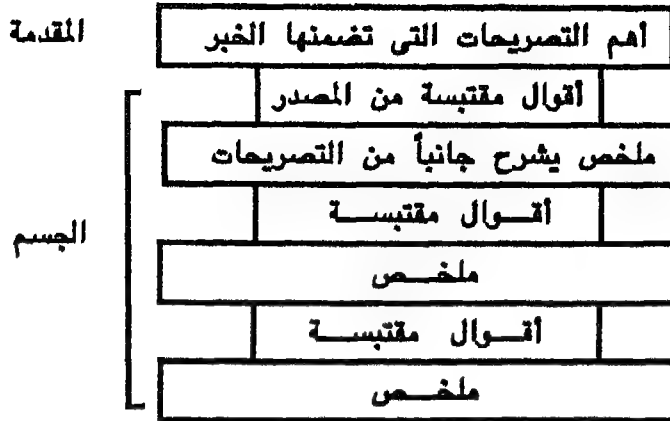
(١) راجع في ذلك المصدر الأول السابق ص ٣٠٩ وما بعدها والمصدر الثاني السابق ص ٥٣ وما بعدها وكذلك من الخبر إلى الموضوع الصحفي - مصدر سابق ص ١٢٢ وما بعدها وكذلك المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٩٥ وما بعدها ، وكذلك دراسات في الفن الصحفي - مصدر سابق ص ١٢٧ وما بعدها .

وتتلوها بعد ذلك الوقائع الأقل أهمية ، حتى نصل إلى نهاية الخبر حيث أقل المعلومات أهمية ويمكن أن يوضحه الشكل التالي :

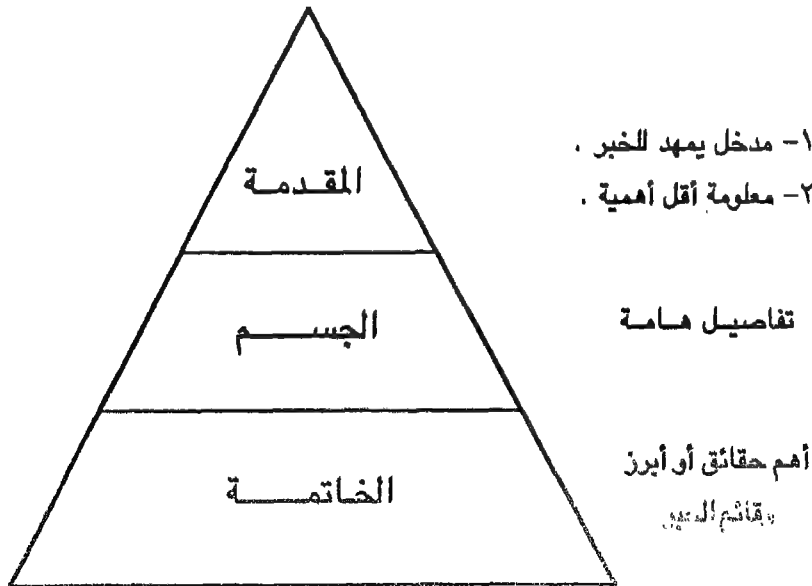


(٢) قالب الهرم المقلوب المتدرج :

ويقوم على أساس المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب ، بحيث يكون للخبر مقدمة تتضمن أهم معلومة فى الخبر ، ثم يأتى بعدها جسم الخبر فى شكل فقرات متعددة ، تشرح وتلخص كل منها جانباً من جوانب الخبر . ويقوم هذا الهرم المتدرج على أساس المزاوجة بين المستطيلات الكبيرة والصغيرة ، ففي المستطيلات الصغيرة أقوال مقتبسة من المصدر ، فى حين تلخص المستطيلات الكبيرة جانباً من جوانب الحديث وتشرحه للقراء وهكذا على أن ترتب كل فقرة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المصدر حسب أهمية كل منها . بحيث يبدأ بالتصريح الأهم ، ثم التصريح الأقل أهمية وهكذا .. ويمكن تصور هذا القالب فى الشكل التالي :



(٣) قالب الهرم المعتدل : بحيث ينقسم الخبر الى ثلاثة أجزاء : مقدمة تحتل قمة الهرم ، وهى مدخل يمهّد لموضوع الخبر وإن كان لا يحتوى على أهم ما فيه . ثم يتلوّه جسم الخبر ، وبه تفاصيل أكثر أهمية فى الحدث وتدرج إلى خاتمة الخبر .. وفى هذا القالب الغنى يبدأ الخبر بالتفاصيل الأقل أهمية ، ثم يتدرج بعد ذلك ليذكر التفاصيل الأكثر أهمية ، حتى يفاجأ القارئ فى النهاية بأهم ما فى الخبر أو نتيجته وذلك فى خاتمة الخبر . تماماً كما يفعل كتاب القصص والروايات .. وهذا القالب يستخدم فى الأخبار المتصلة بالقصص الإنسانية ، أو الأحداث العاطفية ، أو الحوادث والجرائم المثيرة .. ويمكن تصور قالب الهرم المعتدل فى الشكل التالى ..



وأى خبر صحفى يجب أن يتكون من عنوان جيد، يحرك الرغبة فى قراءة الخبر من أوله لآخره، ولا بد أن يتناسب مع المقدمة، وهذا لا يعنى أنه يكرر ما جاء فى المقدمة، وإنما يستوحى معناه من محتوياتها، وغالباً ما يشمل العنوان أهم حقيقة فى الخبر، أو أهم عنصر يتضمنه الخبر، وأن يكون مفيداً يدل على معنى الخبر بأقل عدد من الكلمات، ويعبر تماماً عن المضمون، وأن يجيب عن أحد الأسئلة الستة المعروفة أو بعضها، وأن يبتعد عن التهويل، ويستخدم الفعل المضارع.

ومقدمة مشوقة تشترك مع العنوان فى جذب القارئ الى قراءة الخبر حتى نهايته وأن لا تكون مزدحمة بالمعلومات حتى لا تشتت ذهن القارئ، وأن تكون نابضة بالحركة مليئة بالحيوية، وأن تكون ملائمة لمضمون الخبر متناسقة معه، وتجب على الأسئلة الستة المعروفة أو بعضها، وهناك تسميات عديدة للمقدمات فمنها مقدمات الإستفهامات الستة المعروفة، ومقدمة التلخيص، ومقدمة الإقتباس، والمقدمة المنفجرة، ومقدمة المجاز ومقدمة المثل أو الحكمة، ومقدمة الغرابة أو الطرفة، والمقدمة الوصفية، ومقدمة السؤال، ومقدمة الحوار، ومقدمة التناقض وغيرها.

ثم جسم الخبر الذى يتضمن التفاصيل المرتبة حسب أهميتها، بحيث ينتهى الخبر بأقل المعلومات أهمية.. وبالنسبة للخبر المركب، فإذا كانت مقدمته تركز على تلخيص أهم المعلومات التى يتضمنها الخبر، فإن الجسم يقدم تفاصيل كل معلومة من معلومات الخبر... وإذا كانت المقدمة تركز على إبراز جانب واحد من جوانب الخبر يعتبره المحرر أهمها جميعاً، فإن جسم الخبر يبدأ بذكر تفاصيل هذا الجانب الهام على أن يأتى بعد ذلك تفاصيل الجوانب الأخرى. أما إذا كانت المقدمة تمزج بين تلخيص أهم ما جاء فى الخبر، مع التركيز على جانب من أهم جوانب الخبر، فإن الجسم يبدأ أولاً بذكر تفاصيل أهم جانب، ثم يأتى بعد ذلك تفاصيل بقية جوانب الخبر، حسب ترتيبها فى المقدمة.

وبصفة عامة يجب أن يكتب الخبر بأسلوب يتميز بالبساطة، والوضوح، والابتعاد عن استخدام التراكيب اللغوية الغريبة المعقدة، مع تجنب استخدام الفعل المبني للمجهول، والحرص على استخدام الجمل والفقرات القصيرة، واختيار الدبابيس اللفظية المناسبة لربط الوقائع واحدة بعد أخرى، ونسبة الأخبار إلى أصحابها، مع الحرص على السلامة اللغوية لكل جملة أو فقرة.

* * *

المبحث الثانى

فن المقال الصحفى Article

يشتمل هذا المبحث على خمسة مطالب :

المطلب الأول : تمهيد حول المقال .

المطلب الثانى : فن المقال الافتتاحى .

المطلب الثالث : فن العمود الصحفى .

المطلب الرابع : فن اليوميات الصحفية .

المطلب الخامس : الأسمية واللا أسمية فى الصحافة .

المطلب الأول

تمهيد حول المقال

يشتمل هذا المطلب على تمهيد حول المقال بصفة عامة .. والمقال الصحفي بصفة خاصة من حيث وظائفه ، ولقته ، وأنواعه ...

* * *

يطلق الانجليز على المقال اسم « محاولة Essay » أى أنها شئ غير مكتمل يشبه المذكرات الخاصة ، والخواطر المتناثرة ، وعلى القارئ تكميل ما بالمقال من نقص ... ويقول معجم لاروس : « المقال اسم يطلق على الكتابات التى لا يدعى أصحابها التعمق فى بحثها ، أو الإحاطة التامة فى معالجتها ، ذلك أن كلمة (مقال) essay ذاتها تعنى محاولة epreuve أو خيرة experience أو تطبيقاً ميدانياً premiere application أو تجربة أولية premiere tentative وعرفه قاموس أكسفورد فقال : « المقال هو إنشاء كتابى معتدل الطول فى موضوع ما ، وهو دائماً يعوزه الصقل . ومن هنا يبدو أحياناً أنه غير مفهوم ولا منظم »^(١)

ويعرف الدكتور صمويل جونسون (١٧٠٩-١٧٨٤) المقالة بأنها : « نزوة عقلية لا ينبغي أن يكون لها ضابط من نظام . وهى قطعة لا تجرى على نسق معلوم ، ولم يتم هضمها فى نفس كاتبها . وليس الإنشاء المنظم من المقالة الأدبية فى شئ » .

وقال البعض أن المقال فكرة ينقلها الكاتب من البيئة المحيطة به ، ويتأثر بها ويعبر عنها بطريقة ما ، حظها من النظام قليل ، وحاجتها إلى الترتيب ، والتمحيص ، والتدقيق أقل . ذلك أن الكاتب لا يقصد إلى التعبير بالمنطق الشكلى الجامد ، وإنما بالمنطق النفسى الإنسانى . فالمقال يعرض فيه الكاتب على قرائه فكرة ، أو إتجاها ، كما يعرض لموضوع من الموضوعات التى يزجى بها وقت الفراغ مع بعض الجلساء^(٢) .

هذه التعريفات السابقة إن صدقت على المقالة فى طورها الأول ، فهى لا تصدق عليها اليوم ، بعد أن تفوق كتابها فى إحكام نسجها ، وإتقان تأليفها ، كما أنها بمرور الأيام واختلاف الكتاب ، أصبحت عملاً منظماً ، يتطلب مزيداً من إحكام الصنعة ،

(١) نقلا عن كتاب المدخل فى فن التحرير الصحفى - مصدر سابق ص ٢٢٦ ، ٢٢٧ وكذلك دراسات فى الفن الصحفى - مصدر سابق ص ١٧٩ .

(٢) المصدر الثانى السابق ص ١٧٩ - ١٨٠ .

وضبط التصميم ، والاتزان ، والنضج ، والهدوء ، وعدم الإسراف فى عرض العواطف عرضاً مثيراً ، إلا أنها مع هذا لا تبلغ مبلغ البحث الكامل المتعمق .

وبعض الذين كتبوا عن المقال ، نظروا إليه من زاوية الأسلوب ، أو الصيغة قبل غيرها . ويذهبون إلى تقسيم المقال إلى ثلاثة أقسام رئيسية ، على ضوء المستويات الثلاثة التى تستخدم فى الكتابة وهى^(١) : المقال الأدبى والمقال العلمى ، والمقال الصحفى

المقال الأدبى ، هو الذى يقف فيه الأدباء للتعبير عن عواطفهم ، ومشاعرهم الوجدانية ، وتجاربهم الذاتية الإنسانية بوجه عام ، تجاه مواقف خاصة ، أو مواقف عامة . ولهم فى هذا التعبير طرائق شتى ، تختلف باختلاف الأشخاص ، واختلاف العصور ، واختلاف البيئات .

وينقسم المقال الأدبى إلى عدة أنواع ، منها على سبيل المثال : المقال الوصفى أو العرضى ، والمقال النزالى ، والمقال النقدي ، والمقال الكاريكاتورى ، والمقال القصصى ، والمقال الذى على شكل مذكرات أو اعترافات ، والمقال الذى على شكل خواطر وتأملات^(٢) .

والمقال العلمى ، هو الذى يقف فيه العلماء ليعبروا عن الحقائق العلمية ، من خلال فهم علمى يقوم على الموضوعية المطلقة ، سواء كان ذلك فى العلوم الكونية ، أو التاريخية ، أو الأدبية ، وهم فى هذا التعبير يلتزمون لغة تمتاز بالوضوح ، واستخدام الألفاظ التى تكون على قدر المعانى ، وإصطناع المصطلحات التى اتفق عليها أهل كل علم من هذه العلوم على حدة .

والمقال العلمى كذلك أنواع^(٣) ، تختلف باختلاف المادة العلمية التى يخوض فيها الكاتب : فمقال فى مادة التاريخ ، وآخر فى مادة الطب ، وثالث فى مادة الفلسفة ، ورابع فى مادة الأدب من الناحية الوصفية وليس الإنشائية . وهكذا .. غير أنه يشترط فى المقال العلمى إذا أريد نشره فى صحيفة ، أن يبذل المحرر جهداً فى تبسيطه للقارئ ، ويغير هذا لا تكون للصحيفة حاجة إلى نشره .

أما المقال الصحفى ، فهو وسط بين المقال الأدبى ، والمقال العلمى ... ففيه شئ من ذاتية الكاتب الأدبى ، وفيه شئ من موضوعية العالم وهو أيضاً على المستوى العلمى ، الذى يقف فيه الصحفى ليفسر للقراء أخبار البيئة التى يعيشون فيها ،

(١) المدخل فى فن التحرير الصحفى - مصدر سابق ص ٢٢٢ ، ٢٢٣ ، وكذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ١٨٠ .

(٢) أنظر نفس المصدر الأول السابق بتفصيل واسع ، بعض أنواع المقال الأدبى ص ٢٢٨ - ٢٦٨ .

(٣) أنظر نفس المصدر الأول السابق بتفصيل واسع بعض أنواع المقال العلمى ص ٢٦٩ - ٢٨٢ .

والبيئات التي يتصلون بها أثناء نقلها ، وبعد نقلها والتعليق عليها ، والصحفي في سبيل هذه الغاية ، يستخدم لغة عملية يفهمها القراء ، ولا يشترط فيها ما يشترط في لغة الأدب من خيال أو جمال . أو ما يشترط في لغة العلم من دقة بالغة في تحديد معاني الألفاظ .

والمقال الصحفي هو الآخر أنواع مختلفة ، أخذت تتطور حتى صار كل منها يشكل فناً صحفياً مستقلاً بذاته ، ومنها : المقال الافتتاحي ، والعمود الصحفي ، واليوميات ، والمقال النقدي ، والمقال التحليلي ، وسنعرض لبعضها في الصفحات التالية .

ولقد اعتاد الباحثون في الفن الصحفي ، على أن يشبهوا المقال الصحفي بعقل الإنسان ، ومعنى ذلك أن وظيفة المقال في الصحيفة كوظيفة العقل سواء بسواء ، والعقل البشري هو القادر على تفسير المحسوسات ، وشرح المؤثرات وتحليلها ، وربط الأحداث بعضها ببعض ، ولذلك فإن كاتب المقال له أن يستنبط أو يدخل في موازنات ، ليخرج في النهاية بالقدر من الصواب ، الذي يرشد ويوجه القراء ، والرأى العام الوجهة الصحيحة .

والمقال الصحفي ، هو الاداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر ، عن سياسة الصحيفة ، وعن آراء كتابها في الأحداث اليومية الجارية ، وفي القضايا التي تشغل الرأى العام . ويقوم المقال الصحفي بهذه المهمة من خلال شرح الأحداث الجارية ، وتفسيرها ، والتعليق عليها ، بما يكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة . كذلك فإنه في بعض الحالات يمكن أن يطرح كاتب المقال فكرة جديدة ، أو تصوراً مبتكراً ، أو رؤية خاصة تشكل في حد ذاتها قضية تشغل الرأى العام ، وخاصة إذا كانت تمس مصالح القراء ، أو تثير اهتمامهم لأى سبب من الأسباب . وبصفة عامة فإن الصحافة الحديثة أصبحت موسوعية في اهتماماتها ومقالاتها ، حيث أنها تغطي السياسة ، والاقتصاد ، والاجتماع ، والفن ، والأدب ، والثقافة ، والرياضة ، وغيرها^(١) .

أولاً : وظائف المقال الصحفي :

مما تقدم نتضح لنا وظائف المقال الصحفي ، وهي عديدة من أهمها ما يلي^(٢) :

١- الإعلام : وذلك بتقديم المعلومات ، والأفكار الجديدة عن الأحداث ، أو القضايا ، أو المشكلات التي تشغل الرأى العام ، ولكن ليس معنى ذلك أن يكون الإعلام هو

(١) فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ١٧٩ وكذلك دراسات في الفن الصحفي - مصدر سابق ص ٢٠٦ .

(٢) المصدر الأول السابق ص ١٨٠ ، وكذلك المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٢٨٤ .

الغرض الأول من أغراض المقال الصحفي ، ولا ينبغي له أن يهدف إلى تحقيق السبق الصحفي .

٢- الشرح والتفسير : وذلك عن طريق شرح الأخبار ، وتفسير الصلة التي بينها وبين الأفراد والمجتمعات ، والتعليق على هذه الأخبار بما يوضح للقراء مغزاها وأبعادها ، وجوانبها المختلفة ، وخاصة بالنسبة للقارئ العادي الذي تشرح له أموراً يصعب عليه فهمها ، لعدم امتلاكه للوقت والقدرة الكافية لمعرفة التفاصيل المعقدة للحوادث اليومية .

٣- التوجيه والإرشاد : وذلك على أساس من العلم والمعرفة التامة بموضوع التوجيه ، وإيراد الشواهد القوية من واقع الحياة ، ويمكن لكاتب المقال وخاصة في الصحف الكبرى أن يوجه السياسة العامة ، لكي تتبعها دولته .

٤- التثقيف : وذلك عن طريق نشر المعارف الإنسانية المختلفة .

٥- الدعاية السياسية : وذلك بنشر سياسة الحكومات والأحزاب ، ومواقفها المختلفة في قضايا المجتمع .

٦- تعبئة الجماهير : وذلك لخدمة نظام سياسي ، أو اجتماعي معين ، أو للمساهمة في التنمية الوطنية وغيرها .

٧- تكوين الرأي العام : وذلك عن طريق التأثير على اتجاهاته ، سواء بالسلب أو بالإيجاب في القضايا المختلفة ، وحض القراء على إتخاذ قرارات مباشرة تجاه قضايا معينة .

٨- التسلية والإمتاع : وهذا الأمر تحققه المقالات الترفيهية ، أو الضاحكة ، أو الساخرة ، أو المقالات المسلية الطريفة التي تستأثر باهتمام القراء وتجذب إلتفاتهم .

ثانياً : لغة المقال الصحفي :

والمقال الصحفي له لغته الخاصة به ، ذلك الأسلوب الذي وصفه الكاتب الإنجليزي « ديفو » بقوله : « إذا سألني سائل عن الأسلوب الذي أكتبه ، قلت إنه الذي إذا تحدثت به إلى خمسة آلاف شخص ، ممن يختلفون إختلافاً عظيماً في قواهم العقلية - عدا البله والمجانين - فإنهم يفهمون ما أقول »^(١) .

(١) المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٢٢٣ وكذلك دراسات في الفن الصحفي - مصدر سابق ص ١٩٧ .

وعلى ذلك فالمقال الصحفي ينبغي أن يكتب بلغة الحياة العامة ، أى لغة القارئ العادى ، التى يفهمها أكبر عدد ممكن من القراء ، مهما اختلفت أنواقهم ، ومفاهيمهم ، وبيئاتهم ، ومستوياتهم التعليمية والثقافية والاجتماعية . وهذه اللغة تمتاز بالسهولة والبساطة والوضوح . وهذا لا يعنى أن تكون لغة المقال الصحفي هى اللغة العامية ، وإنما يجب أن تكون لغة عربية فصلى سليمة ، تمتاز بالبساطة والوضوح والإيناس واللفظ والرشاقة . وتبتعد عن صفات التعالى على القراء ، أو الغرابة فى الأسلوب ، أو المبالغة فى التعمق الذى لا تقبله طبيعة الصحف^(١) .

ثالثاً : أنواع المقال الصحفي :

وللمقال الصحفي أنواع مختلفة أخذت تتطور ، حتى صار كل منها يشكل فناً صحفياً مستقلاً بذاته ومنها^(٢) : المقال الافتتاحى والعمود الصحفى واليوميات والمقال النقدى^(٣) والمقال التحليلى^(٤) ونتناول فيما يلى الحديث فقط عن : المقال الافتتاحى ، والعمود الصحفى ، واليوميات ، لأنها الأقرب إلى مستوانا الدراسى الحاضر .

* * *

(١) المصدر الأول السابق ص ٢٨٩ وكذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ١٨١ .
 (٢) المصدر الثانى السابق ص ١٨١ .
 (٣) راجع تفاصيل المقال النقدى فى المصدر السابق ص ٢١٧ وما بعدها .
 (٤) راجع تفاصيل المقال التحليلى فى المصدر السابق ص ٢٢٩ وما بعدها .

المطلب الثاني

فن المقال الافتتاحي

Leading Article - Editorial Article

يستعرض هذا المطلب أهمية المقال الافتتاحي، وخصائصه، وصفات كاتبه، والطريقة الصحيحة لكتابته..

* * *

يعتبر المقال الافتتاحي أهم فنون المقال الصحفي ، وهو المقال الرئيسي للصحيفة ، ويطلق عليه الانجليز والأمريكيون اسم "Leading Article" أو "Editorial Article" والتعبير الأول يجوز ترجمته - كما يقول رشدي صالح^(١) - بأنه « المقال القائد » أو المقال المقدم على غيره . فنفس التعبير يعنى السلعة الجيدة رخيصة الثمن فتتقدم غيرها من السلع من حيث الرواج . غير أن كلمة Lead كإسم تجرى فى الاستعمال الصحفى بمعنى مقدمة الخبر ، أى أنها ذلك الجزء من الخبر الذى يتقدم غيره من حيث تصنيف أجزاء الخبر ، ومن حيث الدلالة عليه . وكلمة Editorial تنتسب إلى المحرر Editor ، لأنه من المفترض أن رأى الصحيفة يقوله رئيس التحرير ، أو يكتبه ، نظراً لمسئوليته ومعرفته بسياساتها وتمثيلة لها .

ويقال Editorial هي مقال يكتبه رئيس التحرير يعبر فيه عن رأى الصحيفة ، وقد يكتبه بنفسه أو يكل كتابته إلى غيره من كبار كتاب الصحيفة ، أو ممن يثق فيهم ، لكن تحت مسئوليته ، أو تحت مسئولية أصحاب الصحيفة ، لأن الافتتاحية هي صوت الصحيفة كمؤسسة ، وهي منسوبة إلى الصحيفة التى يمثل قمة تحريرها رئيس التحرير . وهذا المقال لا يوقع باسم كاتبه حالياً ، لأنه يمثل - كما قلنا - رأى الصحيفة ، لا رأى كاتبه ، ولو كان رئيس التحرير .

والمقال الافتتاحي يقوم على شرح وتفسير أهم الأخبار ، والأحداث اليومية البارزة ، والتعليق عليها بما يكشف عن سياسة الصحيفة تجاه تلك الأخبار ، والأحداث ، والقضايا الجارية ، سواء على الصعيدين المحلى والعالمى . ويربط بين القراء والصحيفة من ناحية ، وبالأحداث الجارية من ناحية أخرى . كما يدفع القارئ إلى المشاركة فى مواجهة القضايا والمشكلات التى تهم المجتمع^(٢) .

(١) الصحيفة المثالية - مصدر سابق ص ٢١٠ ، ٢١١ ، وكذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ١٨٤ .

(٢) المصدر الثانى السابق ص ١٨٣ .

ويعتمد نجاح المقال الافتتاحي إلى حد كبير ، على اختيار الموضوع الذي يكون حديث الساعة ، ويهم القراء ، وقد يسهل مهمة اختيار الموضوع ذلك الاجتماع الذي يعقده مجلس التحرير في الصحيفة كل يوم ، لتحديد الموضوع المقترح للمقال الافتتاحي ، ويعهد بكتابته إلى المتخصص في ذلك المجال ... وأحيانا يترك لكاتب المقال الافتتاحي حرية اختيار الموضوع ، الذي يعتقد أنه أكثر أهمية بالنسبة للقراء ، بشرط ألا يتعارض مع سياسة الصحيفة^(١) .

ومن ثم فإن كاتب هذه المادة الصحفية يجب أن يكون سريعاً في تفكيره ، سريعاً في تعبيره عن رأي الصحيفة في الأحداث والقضايا الهامة الجارية ، ويجب عليه دائماً أن يكون واسع الإطلاع ، قادراً على ربط الحاضر بالماضي ، متصلاً على الدوام بشتى الصحف والوريات ، وعلى صلة دائمة بالصفوة المختارة من العلماء ، والأدباء والمفكرين في عصره . ويمكن في بعض الأحيان أن تكل الصحيفة إلى أحد هؤلاء الصفوة المختارة ، كتابة المقال الافتتاحي في المجال الذي تخصص فيه ، ما دام يتفق مع سياستها ، ويعبر عن رأيها . ثم إنه لا غنى لكاتب المقال الافتتاحي في أحيان كثيرة عن « الأرشفيف الصحفي » يرجع إليه كلما أراد الوقوف على الحوادث السابقة ، والشواهد الماضية ، ويفيد منه في تقوية المقال . وتكون محتويات الأرشفيف الصحفي في المجال الذي يدور حوله المقال الافتتاحي ، أشبه شئ بالوثائق والشهود على صدق ما يقول^(٢) .

وغالبا لا تزيد مساحة المقال الافتتاحي عن عمود أو نصف عمود ، بعد أن كان يحتل قبل الحرب العالمية الثانية مساحة صفحة كاملة ، وأحيانا أكثر عندما كانت الصحافة ما تزال صحافة رأي ... وكان في تلك الفترة الماضية يحتل الصفحة الأولى من الجريدة ، ثم تراجع في الصحافة المعاصرة إلى الصفحات الداخلية ، وخاصة صفحة الرأي . وقد يكون في هذا العمود مقال افتتاحي واحد حيناً ، أو مقالان أو ثلاثة حيناً آخر . وقد عمدت الصحافة الحديثة إلى كتابة المقال الافتتاحي على هذا النحو ، لكي تفسح المجال لبقية المواد الصحفية الأخرى ، التي لم تكن تعرفها الصحافة القديمة ، أو كانت معرفتها بها قليلة^(٣) .

وكان للمقال الافتتاحي - في غير هذه الأيام التي نعيشها الآن - شأن عند جميع الأمم الناهضة ، أكثر من شأنه في الوقت الحاضر . بل إن المقال الافتتاحي كان ينظر إليه دائماً على أنه الأداة الأولى للتقدم ، والوسيلة الوحيدة للإرشاد ، والطريق الصحيح للأخذ بيد الأمة ، التي تريد لنفسها صيانة الشعب من جميع المؤثرات الضارة به ، وبأفكاره ، وتقاليده ، ما دام في صيانتها صمام الأمن والسلامة من هذه الأضرار .

(١) الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١٣٤ .

(٢) المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٢٩٠ ، ٢٩١ .

(٣) نفس المصدر السابق ص ٣٠٤ وكذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ١٨٥ .

وهناك من يقلل من أهمية المقال الافتتاحي في الصحف المعاصرة ، بحجة أن غالبية القراء لا يقبلون على قراءته ، وفي إحصاء قام به معهد جالوب Gallup بأمريكا ظهر أن ١٩٪ فقط من الرجال ، و ١٠٪ فقط من النساء يعنون بقراءة المقال الافتتاحي ، وفي بحث للأمريكي روبرت راند Robert Rand حول دراسة لميول القراء بالنسبة لموضوع المقال الافتتاحي لثلاثين صحيفة أمريكية ، خرج الباحث بأن قراء المقال الافتتاحي لا يتجاوزون ١٨,٨ ٪ وأن ٧٨,٩٪ منهم يلقون نظرة عجلية على المقال دون قراءته من أوله لأخره .. ويتوقع بعض العرب المختصين بشئون تدريس الصحافة ، بأن نسبة قراء المقال الافتتاحي في العالم العربي لن تزيد على ٥٪ على أكثر تقدير إذا تم إجراء بحوث لقياس ميول القراء العرب ، ورغبتهم في قراءة المقال الافتتاحي (١) .

وقد يكون التقليل من أهمية المقال الافتتاحي صحيحاً ، بالنسبة للصحف عديمة الأهمية ، ولكن المقال الافتتاحي يقرأ بعناية من جانب غالبية القراء بالنسبة للصحف المؤثرة في الرأي العام ، وإن افتتاحيات صحف مثل التايمز اللندنية ، والنيويورك تايمز الأمريكية ، واليوموند الفرنسية ، يقبل عليها القراء ، لأنهم يعرفون مدى تأثيرها على الحكومة والرأي العام في الوقت نفسه ، وكثيراً ما استطاعت افتتاحيات هذه الصحف ، أن تفرض على الحكومة تغيير سياسات ، أو قرارات معينة ، أو تفرض عليها تبني مواقف معينة ، سواء في السياسة الداخلية ، أو السياسة الخارجية (٢) .

أولاً : خصائص المقال الافتتاحي :

يتميز المقال الافتتاحي بعدة سمات خاصة يعرف بها ، وخصائص فنية تتوافر له ، ومن بينها ما يلي (٣) :

١- التعبير عن سياسة الصحيفة ، والثبات على التعبير عن هذه السياسة ، سواء كانت هذه الصحيفة مستقلة ، أو تابعة لحزب من الأحزاب ، أو معيرة عن اتجاه سياسي ، أو اجتماعي ، أو فكري في البلد الذي تصدر فيه ... ولذلك يراعى في المقال الافتتاحي ألا يكون مذيلاً بتوقيع كاتبه ، لأنه مقال منسوب إلى الصحيفة بوصفها هيئة من هيئات الإعلام ، لها سياستها وهدفها من وراء هذا الإعلام ، وما دام كاتب المقال الافتتاحي لا يعبر عن رأيه الشخصي ، بل يعبر عن رأي الصحيفة ، فإن عليه أن يتوخى الحذر والحيلة فيما يكتبه باسم الصحيفة ، حتى لا يعرضها للخطر .

(١) المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٢٠١ ، ٢٠٢ .

(٢) فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ١٨٦ .

(٣) المصدر السابق ص ١٨٣ ، ١٨٤ وكذلك المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٢٩٢ ، ٢٩٥ .

٢- التبسيط فى الحديث : ومعنى ذلك أن حديث الكاتب فى المقال الافتتاحى ، لا يجوز أن يأتى عن طريق الاستعلاء ، الذى يحس به القارئ عند القراءة ، بل ينبغى أن يأتى عن طريق شعور الكاتب والقارئ معاً بأنهما صديقان ، يتحدثان حديثاً يهم كل منهما بقدر ما يهم الآخر ، وليس المقال الافتتاحى فى الواقع إلا محاولة هادئة لجذب القراء ، وإشعارهم بأنهم شركاء فى حل المشكلات العامة .

٣- متابعة الأحداث اليومية ، والاهتمام بالقضايا التى تهم رأى العام ، وتشغل أذهان القراء ، سواء فى النطاق المحلى أو الدولى .

٤- إبراز الخلفية التاريخية للأحداث والقضايا التى يتناولها المقال الافتتاحى بالشرح والتفسير ، وإقناع القارئ بالقضية أو الرأى الذى تتادى به الصحيفة ، بما يقدمه الكاتب من حجج منطقية ، وأدلة كافية ، وشواهد وأمثلة مشتقة من الأحداث الجارية فى الحاضر ، والتى جرت فى الماضى ، والتجارب الإنسانية التى يختزنها الكاتب فى ذاكرته ، إما بطريق الممارسة أو بطريق الإطلاع . ولهذه الشواهد والأمثلة والأدلة حيز كبير فى المقال الافتتاحى . وهى مجال واسع يتبارى فيه كتاب المقالات الافتتاحية ، وتظهر علمهم وإطلاعهم ، ووقوفهم على التاريخ العام والتاريخ الخاص . ومهما يكن من شئ فلا ينبغى أن يحشى المقال الافتتاحى بحقائق يزحم بعضها بعضاً ، أو تتراكم تراكمًا يحول نون فهم الرأى الذى بسطه الكاتب ، أو الفكرة التى كتب من أجلها المقال الافتتاحى .

٥- الجدة الزمنية ، أو مسابقة المقال الافتتاحى للأحداث الجارية ، ومعنى ذلك أنه ينبغى للمقال الافتتاحى أن يعالج موضوعات الساعة ، ومشكلات اليوم ، ويهتم بالأفكار التى تشغل أذهان الناس وقت ظهور الصحيفة .

٦- التوجيه والإرشاد ، على أن يختفى ذلك دائماً وراء أسلوب الكاتب ، فلا ينبغى أن يكون فى شكل موعظة ، أو نصيحة ، أو أمر ، أو نهى ، أو تعليمات يلقى بها الكاتب من فوق منبر الصحيفة ، ليحاول أن يؤثر بذلك فى الرأى العام ، فالمقال الافتتاحى له قيمة كبرى فى توجيه القراء وفئات الرأى العام على اختلافها ، وأكثر ما يكون ذلك وضوحاً بالنسبة للصحف الكبرى واسعة الانتشار ، أو بالنسبة للصحف ذات النفوذ لدى أهل النفوذ .

٧- استخدام لغة سهلة مبسطة ، وأسلوب واضح محدد ، يتلاءم وطبيعة قراء الصحيفة الذين تختلف مستوياتهم الثقافية والتعليمية .

٨- التسلية والإمتاع ، فلا يقتصر المقال الافتتاحى على المسائل الكبيرة وحدها ، بل يتناول كذلك بعض المسائل الخفيفة والموضوعات الطريفة .

ثانياً: صفات كاتب المقال الافتتاحي^(١)

وإذا كان المقال الافتتاحي هو الذي يتقدم غيره من مختلف المواد الصحفية - كما سبق ذكره - فإن من يكتبوه هم أيضاً ممن يتقدمون غيرهم ، من حيث التخصص ، والكفاءة والخبرة بسياسة الصحافة ، فرئيس التحرير لم يعد هو المحرر الذي يكتب كل ما هو هام للغاية ، وإنما هو أهم من يقود زملاءه المحررين القادرين على أن يكتبوا ما هو هام للغاية . وبمعنى آخر لم يعد في استطاعة رئيس تحرير صحيفة كبرى أن يكتب افتتاحياتها المتنوعة ، بل أصبح من واجبه أن يقود أكفأ كتاب المقال العاملين في صحيفته ، إلى كتابة الافتتاحيات حسب تخصصاتهم .

وتأخذ معظم الصحف بنظام « مجلس تحرير الافتتاحيات » الذي يتألف من عدد من كبار المحررين ، وينعقد يومياً ، ويحدد الموضوعات التي تتناولها الافتتاحيات ، ليقوم كل كاتب أو محرر كفاء ومتخصص ، بتحرير الموضوع الذي يقع في دائرة تخصصه ، ومن البديهي أن تتوفر بين أيدي هؤلاء ، أقصى الإمكانات من مراجع ، ودوريات ، وقصاصات ، ومعلومات ، وبيانات في أرشيف الصحيفة ... الخ ، وقد قيل إن كاتب مثل هذا المقال يقضى ٩٠٪ من وقته في القراءة ، والدراسة والإطلاع و١٠٪ في تحرير المقال .

وعلى أي حال فإن كاتب المقال الافتتاحي ، يجب أن يكون متمتعاً بعدة صفات هامة ، منها ما يلي :

١- أن يكون ذا حاسة صحفية دقيقة ، يتذوق بها الأحداث الجارية في محيطه ، والأحداث الجارية في خارج هذا المحيط ، وعلى قدر حظه من هذه الحاسة يكون نجاحه في كتابة المقال الافتتاحي ، وخاصة إذا كان في المجال السياسي .

٢- أن تكون له حاسة تاريخية كذلك يستطيع بها ربط الماضي بالحاضر ، ويستطيع أيضاً توقع المستقبل . ومن ثم كان التاريخ عنصراً هاماً من عناصر ثقافة الصحفي .

٣- أن يكون ذا ثقافة عريضة ، ولا بأس بأن تبدو عميقة في بعض مواضعها ، وبذلك يستطيع الصحفي أن يقف على المعلومات التي تمكنه من الحكم الصائب ، والنظر الصادق ، والتوجيه السليم . ومما يجدر ذكره في هذا المقام - مع الأسف - أن أهم ما يميز الصحف الأجنبية عن بعض الصحف العربية ، إنما هو صفة التخصص ... فالمقال الافتتاحي في صحيفة أجنبية ، إنما يكتبه رجل مختص في نوع الموضوع الذي يخوض فيه المقال الافتتاحي ، فإن كان المقال اقتصادياً كنية

(١) الصحيفة المثالية - مصدر سابق ص ٢١٤ ، ٢١٥ ، وكذلك المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٢٩٧ و ٢٩٨ .

شخص اقتصادى ، وإن كان سياسياً كتبه شخص سياسى وهكذا . بينما أكثر الافتتاحيات فى الصحف العربية يكتب فور البديهة ، وكأنه رد فعل جاهز ، وفى معظم الحالات لا تعدو أكثر من سطور سطحية ... وذلك أمر يدعو إلى ضرورة إعادة النظر فى هذا الصدد .

٤- وهو خلاصة ما تقدم من الصفات ، حيث ينبغي أن يكون كاتب المقال الافتتاحى ، ذا حاسة اجتماعية مرهفة ، أو قدرة بالغة على الانغماس فى المجتمع ، وموهبة الحديث ، وغير ذلك من الخصال التى تمكنه من الوقوف على حقيقة رأى العام . وكل ذلك مع مراعاة تامة لسياسة الصحيفة التى يكتب فيها .

ثالثاً : كتابة المقال الافتتاحى^(١) :

يصاغ المقال الافتتاحى على هيئة الهرم القائم أو المعتدل ، بمعنى أنه يتألف من ثلاثة أجزاء هى :-

- ١- التقديم أو الفكرة المثيرة لاهتمام القارئ وهذه هى مقدمة المقال .
 - ٢- الحقائق والشواهد والأدلة المؤيدة للفكرة وهذه هى جسم المقال .
 - ٣- النتيجة أو الخلاصة التى يخرج بها القارئ وهذه هى خاتمة المقال .
- ١- مقدمة المقال الافتتاحى : وهى تحتوى على مدخل يثير الانتباه إلى أهمية القضية ، أو المشكلة ، أو الفكرة التى يدور حولها المقال ، ويمكن أن تتضمن النقاط التالية :-
- ١- عرض فكرة مثيرة لاهتمام القراء .
 - ٢- طرح قضية هامة تمس مصالح القراء .
 - ٣- إبراز خبر هام يشغل الرأى العام .
 - ٤- وصف مشكلة هامة صارت حديث الناس فى المجتمع .
- وتقوم المقدمة بعدد من الوظائف منها :
- ١- تهيئة ذهن القارئ لموضوع المقال .
 - ٢- إعادة تذكير القارئ بالقضية أو المشكلة موضوع المقال ، مع مراعاة عدم الإغراق فى ذكر هذه التفاصيل .
 - ٣- جذب اهتمام القارئ ، ودفعه إلى قراءة المقال عن طريق الطرح الجيد والشيق للموضوع .

(١) فن الكتابة الصحفية ، مصدر سابق ص ١٨٦ - ١٨٩ ، وكذلك المدخل فى فن التحرير الصحفى - مصدر سابق ص ٢٩١ وكذلك الفن الصحفى فى العالم - مصدر سابق ص ١٣٥ ، ١٣٦ .

ب- **جسم المقال الافتتاحي** : وهو الجزء الذي يحتوى على المادة الجوهرية فى المقال ، وقد يحتوى على النقاط التالية :

- ١- البيانات والمعلومات والحقائق الكافية عن الموضوع لإشباع رغبة القارئ تماماً .
- ٢- الأدلة والحجج والأسانيد المنطقية ، التى تؤيد وجهة نظر الصحيفة فى الموضوع وتدعمه .
- ٣- الخلفية التاريخية للموضوع الذى يعالجه المقال .

٤- أبعاد الموضوع ودلالاته السياسية ، أو الاجتماعية ، أو الاقتصادية ، أو الفكرية إلخ لإقناع القارئ بموقف الصحيفة ، أو سياستها تجاه موضوع المقال .

ج- **خاتمة المقال الافتتاحي** : وهذا الجزء يتوقف عليه مدى اقتناع القارئ ، أو عدم اقتناعه بموضوع المقال ، وغالباً ما تضم الخاتمة النقاط التالية :

- ١- خلاصة الآراء ، والأفكار التى يصل إليها كاتب المقال .
- ٢- دعوة القارئ للمشاركة فى إيجاد حلول للقضية المطروحة إن كان الأمر يفترض مشاركة القارئ ، أو تعيئته لتحقيق هدف معين ، أو تنفيذ خطة معينة .
- ٣- دفع القارئ إلى إتخاذ موقف معين تجاه قضية معينة .

ويوضح الشكل التالى طريقة كتابة المقال الافتتاحي المبني على قالب الهرم المعتدل :



المطلب الثالث

فن العمود الصحفي Column

يستعرض هذا المطلب مفهوم العمود الصحفي .. وموضوعاته .. وخصائصه ...
وطريقة كتابته .

* * *

نلاحظ في السنوات الأخيرة ، وجود الأعمدة الصحفية المتعددة في الصحف العربية بصفة عامة ، وذلك لأن الصحف منذ انتشارها إلى أوائل القرن الحالي ، كانت تعتمد على المقال الافتتاحي ، الذي كان طويلاً في البداية ، ثم أخذ يقصر شيئاً فشيئاً ، كما كانت موضوعات هذا المقال تدور حول موضوعات جادة في أغلب الأحيان . وبالتأمل في تطور الصحافة في العالم ، يجد علاقة كبيرة بين ظهور العمود الصحفي ورغبات القراء ، كما تظهر في إضطرارهم إلى السرعة في القراءة ، وإيثار المواد القصيرة ، التي تعطيهم الشيء الكثير في الزمن القصير ، ثم تردهم سريعاً إلى مشاغلهم ، أو إلى أعمالهم العائلية اليومية^(١) .

(ولا : مفهوم العمود الصحفي^(٢))

لكن ما هو مفهوم العمود الصحفي ؟ وما المقصود به ؟ وما هي الصورة التي كان عليها منذ نشأته ؟ وكيف تتوحد أشكاله ؟

كان العمود الصحفي في نشأته عبارة عن فكرة ، أو رأي ، أو خاطر يرد على ذهن الكاتب ، فيكتب فيه سطوراً قليلة . وكثيراً ما كان هذا الرأي أو الخاطر ، يدور حول واقعة أو ظاهرة وقع عليها نظر الكاتب في المحيط الذي يعيش فيه ، ومعنى ذلك أن العمود الصحفي في بداية الأمر ، كان لا يتعدى المحيط الاجتماعي ، ثم سرعان ما أصبح العمود الصحفي موزعاً في الصحيفة على أبواب كثيرة ، فهناك العمود السياسي في صفحة السياسة الخارجية ، وهناك العمود الرياضي في صفحة الرياضة ، والعمود الاقتصادي في صفحة الاقتصاد ، والعمود الأدبي في صفحة الأدب ، والعمود الديني في الصفحة الدينية ، والعمود الذي يعالج الشؤون النسائية في صفحة المرأة وغير ذلك من الأعمدة .

(١) دراسات في الفن الصحفي - مصدر سابق ص ٢١٤ وكذلك المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٣٠٥ .

(٢) راجع في ذلك المرجع الثاني السابق ص ٢٠٦ ، ٣١٠ ، وكذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ١٩٣ وكذلك الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١٢٨ ، ١٢٩ .

والعمود الصحفى هو مساحة محدودة من الصحيفة لا تزيد على (نهر) أو (عمود) تضعه الصحيفة تحت تصرف أحد كبار الكتاب بها ، يعبر من خلاله على ما يراه من آراء ، وأفكار ، أو خواطر ، أو انطباعات فيما يراه من قضايا ، وموضوعات ، ومشكلات ، بالأسلوب الذى يرضيه ، ويتسم بطابع صاحبه أو كاتبه .

وغالباً ما يحتل العمود الصحفى مكاناً ثابتاً لا يتغير على إحدى صفحات الجريدة ، وينشر تحت عنوان ثابت ، وقد يصحبه عنوان آخر متحرك ويظهر فى موعد ثابت ، قد يكون كل يوم أو كل أسبوع ... ويحمل توقيعاً ثابتاً هو توقيع كاتبه . وقد يكون التوقيع بالاسم كاملاً ، وهو السائد فى الأعمدة الصحفية ، وقد يكون بالاسم الأول فقط ، أو بالاسم الأخير فقط ، أو بالحروف الأولى فقط من أسمائهم أو من أسماء مستعارة ، وقد يكون التوقيع بالرموز أو إشارات ، أو صفات عامة ... إلخ .

وتعطى الصحف حرية أكثر لكاتب العمود الصحفى ، للتعبير عن وجهة نظره وأفكاره بالطريقة التى يراها ، وليس من الضرورى أن يلتزم كاتب العمود الصحفى بسياسة الصحيفة ، وإن كان من المتعارف عليه أن لا يكون معارضاً لهذه السياسة .

ومن حيث الطباعة ، فإن العمود الصحفى غالباً ما يتميز عن غيره من مواد الصحيفة ، حتى يلفت إليه أنظار القراء ، ويكون بحروف سوداء من (بنط) خاص . وقد يوضع داخل إطار أو بروز خاص ... ومهما يكن من شئ فالهمم فى العمود الصحفى ، أن يكون له مكان ثابت ، وعنوان ثابت ، وتوقيع ثابت . وفى هذه المميزات الثلاثة ما يكفى لى يلفت إليه أنظار القراء ، فيتعودوا عليه ، ويعثروا عليه فى يسر وسهولة .

ثانياً : موضوعات العمود الصحفى :

ليست هناك حدود ، أو قيود على المجالات ، والموضوعات التى يطرقها كاتب العمود الصحفى ، فمن حقه أن يكتب فى السياسة ، أو الاقتصاد ، أو فى مشكلات الحياة الاجتماعية ، أو قضايا الفكر والثقافة والأدب ... إلخ ...

ولكن من الضرورى أن يهتم كاتب العمود الصحفى ، أثناء تناوله لمثل هذه القضايا ، بالتركيز على كل ما يهم القراء ، وأن يخاطب قلوبهم ومشاعرهم وأحاسيسهم ، بحيث يخرج من تناوله لمثل هذه الموضوعات بالحكمة ، وبالعبرة ، وبالموعظة الحسنة^(١) .

(١) فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ١٩٣ ، ١٩٤ .

ثالثاً : خصائص العمود الصحفي :

يتميز العمود الصحفي بعدة خصائص هامة ، منها ما يلي (١) :

- ١- الجمع بين بساطة اللغة الصحفية ، وسهولتها ، ووضوحها ، وبين جمال اللغة الأدبية . ذلك أن العمود الصحفي أشبه بالمقال الأدبي ، من حيث العناية باختيار الألفاظ ، ، والاحتفاظ بحلاوة الأساليب . إلا أن ذلك ليس شرطاً مطلقاً في لغة العمود الصحفي ، ولكنه جائز في هذه المادة الصحفية ، حيث لا يجد خبراء الصحافة بأساً من أن يستخدم كاتب العمود الصحفي أحياناً ، الأسلوب الأدبي في كتابته ، على أن يكون أسلوبه متميزاً بالجمال ، وذلك باختيار الألفاظ الجذابة ، والعبارات الرقيقة التي تعبر عن الفكرة تعبيراً جميلاً .
- ٢- التعبير عن التجربة الذاتية للكاتب ، لأن العمود الصحفي أقرب إلى الأدب ، والأدب ذاتي ، ولذلك فإن محرر العمود الصحفي يعطى حرية كاملة ، بقدر المستطاع في التعبير عن آرائه ، بشرط ألا يتعارض ذلك مع سياسة الصحيفة .
- ٣- يقوم العمود الصحفي على أساس وجود رابطة قوية ، وعلاقة حميمة بين كاتب العمود وقرائه ، ولذلك يجب عليه أن يهتم ، قبل كل شيء بمشكلات الأفراد ، ومعالجة تلك المشكلات ، وعلى هذا الوتر الحساس يؤدي كتاب الأعمدة الصحفية دورهم في الصحف ، فيجذبون القراء إليهم . كما تعتمد الصحف .. لزيادة التوزيع ، على الصلة التي تنشأ بين القراء وكتابها ، من خلال كتاباتهم ، فإذا زادت هذه الصلة متانة وقوة ، وكانت أقرب إلى حياة القراء ومشكلاتهم ، كلما حرص القراء على إقبالهم على الصحيفة ، والارتباط بها ، وعدم تركها إلى غيرها من الصحف الأخرى المنافسة .
- ٤- يجوز أن يتناول العمود الصحفي موضوعاً خفيفاً جذاباً ، ويباح لكاتبه السخرية في العرض ، إذا وجد ذلك ضرورياً ، ويكون أسلوبه أشبه بلسعة العقرب ، أو وخزة الأبرة ، حيث يتأثر الأفراد بسخرية العمود الصحفي من أقصر طريق .
- ٥- كثيراً ما يكون العمود الصحفي على شكل رسائل ، من بعض القراء إلى الكاتب الذي يبسط شكاواهم ، ويوجه خطابه إلى المسؤولين ، بعد تقديم الحجج والشواهد ، لكي يزيلوا أسباب هذه الشكوى . وقد يتخذ العمود الصحفي شكل سؤال وجواب ، وفي هذه الحالة ينبغي مراعاة أن تكون الأسئلة والأجوبة ، ذات صفة عامة غالباً ، أو إنسانية ، حتى يجد القارئ أنها ذات فائدة له .

(١) المصدر السابق ص ١٩٥ ، ١٩٦ ، وكذلك المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٣١٢ ، ٣١٣ ، وكذلك الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١٣٩ ، ١٤٠ .

٦- على الرغم من أن العمود الصحفي لا يتسع لأكثر من الكلام عن فكرة واحدة ، أو خاطرة واحدة ، فإن كاتبه مضطر كذلك - بحكم الحيز الصغير الذي يخصص للعمود - أن يوجز في عبارته ، وألا يجنح إلى الإسهاب في هذه العبارة ، أو استخدام المعانى والأفكار الاستطراذية ، التى تحتاج إلى حيز أوسع من حيز العمود الصحفي ، ولذلك يقوم العمود الصحفي على تطبيق القاعدة الصحفية التى تقول : أكثر قدر من المعانى والمعلومات فى أقل قدر ممكن من الألفاظ .

رابعاً : كتابة العمود الصحفي^(١) :

يكتب العمود الصحفي مثلما يكتب المقال الافتتاحي ، على شكل الهرم المعتدل ، الذى يتكون من ثلاثة أجزاء هى (مقدمة - وجسم - وخاتمة)

أ- المقدمة : وتشتمل على مدخل ، أو زاوية يمهّد بها الكاتب لموضوع العمود الصحفي ، ويمكن أن يشتمل المدخل على النقاط التالية :

١- خبر من الأخبار ، أو حدث من الأحداث الهامة الجارية ، بشرط أن يركز الكاتب على زاوية معينة ، أثارت اهتمامه ، ويرى أنها تهّم القراء فى الوقت نفسه .

٢- فكرة أو خاطرة ، أو لمحة ، أو انطباع ، يرى الكاتب أنه يحتاج إلى شرح وتوضيح ، أو تفسير وتعليق ، أو استخلاص العبرة منه .

٣- قضية أو مشكلة أو حدث يرى الكاتب أنه يمس مصالح القراء ، أو يثير اهتمامهم ، وللكاتب وجهة نظر فيه يريد الإفصاح عنها ... ولكن يشترط أن تكون الزاوية التى يتناولها الكاتب أقرب إلى اهتمام الناس وتفكيرهم ، أو قد تكون الزاوية هى تجربة الكاتب الذاتية مع الحدث أو القضية نفسها .

٤- أية قرآنية ، أو جزء من آية ، أو حديث نبوى شريف ، أو جزء منه ، أو ربما بيت من الشعر أو حكمة مأثورة ، أو مثل شعبى معروف ، أو قول لمفكر أو كاتب مشهور ... الخ .

ب- جسم العمود الصحفي : ويضم جوهر المادة التى يحتوئها العمود الصحفي ، وقد يشتمل على النقاط الآتية :

١- الأدلة ، أو الشواهد ، أو الحجج والبراهين المنطقية التى يؤكد بها الكاتب رأيه فيما يعالجه فى عموده الصحفي .

(١) راجع فى ذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ١٩٦-١٩٩ .

٢- تفاصيل الحدث ، أو الصورة الحية ، أو القصة ، أو المشكلة ، أو القضية التي يطرحها الكاتب على القراء .

٣- عندما يكون العمود عبارة عن سؤال من القارئ ، وإجابة من الكاتب ، فإن جسم العمود الصحفي يتضمن إجابة الكاتب على سؤال القارئ .

ج- خاتمة العمود الصحفي : وتتضمن رأى الكاتب ، وخلاصة ما يريد قوله للقراء ، وقد تشتمل على النقاط التالية :

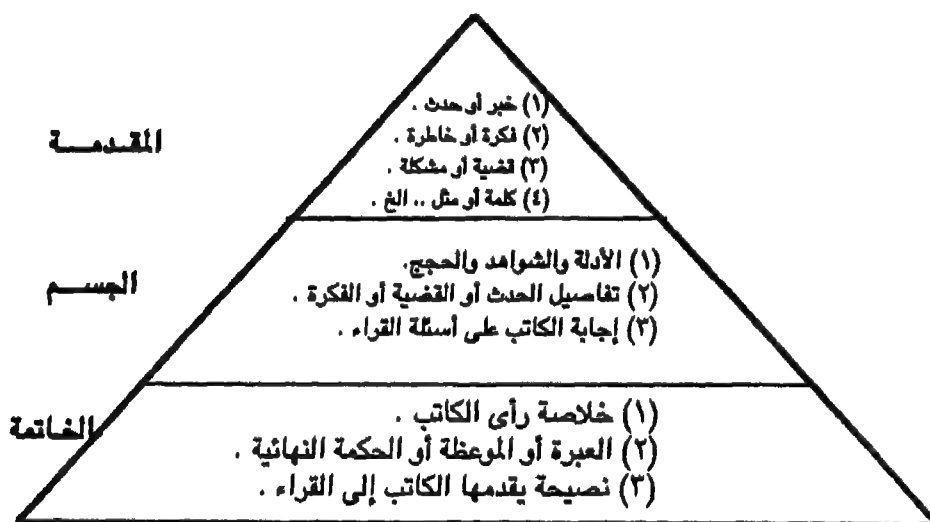
١- خلاصة رأى الكاتب فى الحدث أو القضية ، أو المشكلة التي يعرضها .

٢- العبرة أو الموعظة ، أو الحكمة التي يخرج بها الكاتب .

٣- النصيحة التي يقدمها الكاتب للقراء ، بعد أن يجيب على سؤال قدمه له القارئ .

ويوضح الشكل التالي طريقة كتابة العمود الصحفي المبني على قالب الهرم

المعتدل ..



البناء الفني للعمود الصحفي المبني على قالب الهرم المعتدل

المطلب الرابع

فن اليوميات الصحفية (١)

ويستعرض هذا المطلب ماهية اليوميات الصحفية ، وموضوعاتها ، ولغتها ..
وبنائها الفني .. ووضعها الحالي في الصحافة ..

* * *

اليوميات الصحفية ... هي في حقيقة الأمر مجموعة من الأعمدة الصحفية ، يكتبها كاتب واحد ، مرة واحدة في الأسبوع ، فالموضوعات التي تضمها اليوميات إذا فصل كل واحد منها على حدة ، لما اختلف كل منه عن العمود الصحفى فى شئ ، سواء فى موضوعاتها ، أو لغتها ، أو بنائها الفني القائم على الهرم المعتدل .

فموضوعات اليوميات الصحفية يمكن أن تستوعب السياسة ، والاقتصاد ، والاجتماع وقضايا الفكر ، والثقافة ، والفن ، والأدب ، وكذلك مشكلات الناس وهمومهم وغير ذلك ...

ولغة اليوميات تجمع - شأنها شأن العمود الصحفى - بين بساطة اللغة الصحفية ، وجمال اللغة الأدبية ، كما تقوم على التجربة الذاتية للكاتب .

وقد انتشرت اليوميات الصحفية فى الصحافة العالمية والعربية ، فى النصف الأول من القرن العشرين ، وخاصة فى أوقات ازدهار صحافة الرأى ... ولكن كثيراً من الصحف بدأت تخلق صفحاتها من هذا الفن الصحفى مع بداية ربيع قرن الأخير ، حيث أصبح من النادر أن تفرد صحيفة مساحة من صفحاتها لهذا الفن ، وبعد أن كان فن اليوميات باباً رئيسياً من أبواب الصحف والمجلات العربية - وغالباً ما تفسح له صفحتها الأخيرة - أصبح من النادر أن تجد جريدة أو مجلة عربية ، ما زالت تحتفظ بهذا اللون من الألوان الصحفية . وعلى سبيل المثال فإن الجريدة اليومية الوحيدة فى مصر ، التى ما زالت تحتفظ بنشر اليوميات ، هى جريدة الأخبار القاهرية ، والتى ما تزال تفسح له مساحة كبيرة من صفحاتها الأخيرة .. ويمكن أن ترجع ظاهرة انحسار فن اليوميات إلى عاملين :

أولهما : أن فن العمود الصحفى ، أصبح يؤدي جميع وظائف اليوميات ، بالإضافة إلى تميزه بصغر المساحة التى يشغلها من الصحيفة .

وثانيهما : تراجع صحافة الرأى وغلبة صحافة الخبر على الصحافة المعاصرة .

* * *

(١) راجع فى ذلك نفس المصدر السابق ص ٢٠٩

المطلب الخامس

الأسمية واللإسمية فى الصحافة^(١)

يتعرض هذا المطلب للأسمية واللإسمية فى الصحافة ونشأتها وتطورها إلى ما وصلت إليه الآن ..

* * *

وفى ختام حديثنا عن فن المقال الصحفى ، نتعرض لنقطة هامة تتعلق بهذا الفن الصحفى ، فيما يختص بتوقيع كاتبه عليه ، أو عدم توقيعه .. وقد لاحظنا فيما سبق أن الصحف تنشر المقال الافتتاحى بغير توقيع كاتبه ، لأنه يعبر عن رأى الصحيفة وسياستها وليس رأى كاتبه . أما بالنسبة للعمود الصحفى فإن كل الصحف تنشره موقعاً باسم كاتبه ، لأنه يعبر عن رأيه وأفكاره هو ، بشرط ألا يتعارض مع سياسة الصحيفة.

فكيف نشأت الاسمية واللإسمية هذه فى الصحافة فى مختلف أنحاء العالم ؟ أو بتوضيح أكثر ما هى الجوانب التاريخية التى أدت إلى إتباع هاتين الحالتين فى الصحافة ، وهما توقيع المقال الصحفى أو عدم توقيعه باسم صاحبه ؟

الجواب يتضح عندما نعلم أن الصحافة عند بدء ظهورها ، قد تميزت بأن ما ينشر بها كان يخلو من التوقيع عليه باسم كاتبه ، فالصحافة كانت تعنى بالأخبار ، ولم تكن تتميز بطابع فنى إنشائى يدعو محرريها إلى العناية بإبراز أسمائهم ، وبعد أن أصبحت الصحافة صحافة رأى إلى جانب كونها صحافة خبر ، رأى الصحفيون أن عدم التوقيع على ما يكتبونه من مقالات ، يكفل سلامتهم فى زمن كانت فيه الحكومات تعصف بالكتاب الذين يوجهون أى انتقادات اليها . فاللإسمية - (Anonymity) (Anonymat) فى الكتابة كانت ضرورية فى معركة الحرية التى خاضتها الصحافة فى ذلك الحين .

وقد وقف لويس نابليون فى فرنسا لهذه اللإسمية بالمُرصاد ، فأصدر تشريعا عام ١٨٥٠ يوجب توقيع جميع المقالات ذات الطابع السياسى ، أو الدينى ، أو الفلسفى ، ولا يجيز نشرها إلا موقعاً عليها ، وكان لويس نابليون يعد عدته فى ذلك الحين لينصب نفسه امبراطوراً على فرنسا . وكان يعانى من هجوم الصحافة عليه . فرأى أن يقيد حرية الصحفيين فى الكتابة مستعيناً بهذه الوسيلة ، التى تضمن له محاكمة كل من

(١) راجع تفاصيل ذلك فى كتاب الدكتور جمال الدين العطيفى / حرية الصحافة ج٢ (القاهرة ١٩٧٤) ص ٢٩٧ - ٣٠٠ .

يجرؤ على انتقاده . ورغم أن هذا القانون قد ألغى بعد ذلك عام ١٨٨١ حينما صدر قانون الصحافة ، إلا أن نظام التوقيع على المقالات كان قد استقر في تقاليد الصحافة الفرنسية بوجه عام والأدبية بوجه خاص .

ومع ذلك ظلت إنجلترا أمينة على نظام اللا اسمية ، فأغلب ما ينشر بها من مقالات ينسب إلى الجريدة ذاتها ، فالمألوف أن يتحدث الناس عما كتبته التيمس أو الديلي ميل . بينما تتخذ الصحافة في فرنسا طابعاً شخصياً ، هو طابع المحرر الذي يوقع على المقال .

وفي الولايات المتحدة الأمريكية ، فاننا نجد أسماء لامعة توقع على كثير من المقالات ، والتحقيقات ، والأحاديث الصحفية ، إلى جانب المقالات التي تنشر بغير توقيع . فكما ينسب الرأي الذي تضمنه المقال إلى مجلة نيوزويك مثلاً أو الهيرالد تريبيون ، نجد أنه كثيراً ما ينسب إلى كاتب المقال الذي وقع عليه .

أما في الصحف المصرية والصحف العربية بصفة عامة ، فإنها تعرف النوعين : المقالات التي لا تحمل توقيعاً ، وبالأخص في افتتاحيات الصحف ، كما أنها تتميز بالمقالات والأعمدة الصحفية ، التي تنسب إلى كُتاب يوقعونها بأسمائهم كاملة ، أو باسماء مستعارة ، أو بالأحرف الأولى من أسمائهم ... إلخ .

ولقد انقسم الرأي حول أفضلية كل من النظامين : أيوقع ما ينشر في الجريدة ، وبالأخص إذا كان مقالا أم لا يوقع ؟

ويبدو أن غالبية الصحفيين يميلون إلى تأييد التوقيع على ما ينشره من مقالات . فهذا التوقيع هو الذي يحقق لهم ما يحبون من شهرة ، وهو الذي يربط بينهم وبين القراء ، ويقال في ذلك أن الصحفي حينما يوقع مقاله ، يستطيع أن يصبح مرموقاً يحظى باهتمام الرأي العام ، بينما أقصى ما يحصل عليه حينما يكتب مقالاً لا يوقعه ، هو تقدير رؤسائه في الجريدة له . ثم إن توقيع المقال يدفعه إلى الاحساس بالمسئولية ، وإلى العناية بما يكتبه ... أما ما يقال من أن نظام اللا اسمية أكثر اتفاقاً مع حرية الكاتب في التعبير عن رأيه ، فإنه حجة لم يعد لها وجود ، بعد أن زال الخطر على حرية الصحافة إلى حد كبير .

ويعمل أنصار اللا اسمية رأيهم بأن العمل الصحفي عمل جماعي ، والمقال الرئيسي في أي جريدة لا يعبر عن رأي كاتبه ، بل عن رأي الجريدة ، وتسبقه عادة مناقشة بين المحررين المسئولين ، وخاصة في مجلس التحرير ، وقد يعدل وفقاً لما يبدونه من رأي في هذه المناقشات ، ثم إن المقالات التي لا تحمل توقيعاً تكون ذات تأثير أقوى ، لأنها تعبر عن رأي جماعة من الصحفيين ، وليست مجرد رأي شخصي ، فضلاً عن أن المناقشات الصحفية تتخذ في هذه الحالة طابعاً موضوعياً ، فلا يتضمن ما تتضمنه

المقالات التى يوقعها كاتبوها من إشارات شخصية ، أو انطباعات ذاتية، تبعد المقال عن البحث الهادئ .

وأيا كانت حجج كل من الفريقين ، فإن الملاحظ فى الوقت الحاضر ، أن الصحف لا تخلو مما ينشر بها بغير توقيع ، فالأخبار بصفة خاصة تنشر أغلبها بغير توقيع ، وكثير من المقالات التى تعبر عن رأى الجريدة تنشر أيضا بغير توقيع ، أما الأعمدة الصحفية ، والتحقيقات والأحاديث الصحفية ، وما شابه ذلك تنشر بتوقيع أصحابها عليها .

ومن طريف ما يروى - عن الصحافة المصرية - فيما يتعلق بالاسمية واللا اسمية أن (الأهرام)^(١) كانت منذ صدورها ، لا تهتم كثيراً بنشر أسماء محرريها على ما يكتبونه من مادة صحفية ، شائها فى ذلك شأن معظم الصحف التى صاحبها فى تاريخها إلى أوائل الخمسينيات من هذا القرن .

فقد كان من الواضح أن (آل تقلا) يريدون أن يكون (الأهرام) وحده هو البطل ، وبالتشابه مع أهمية « ضغط المصروفات » الذى كان يصل إلى حد البخل فى بعض الأحيان ، فقد بدأت بعض التوقيعات بالاسم الأول ، أو الآخر تظهر فى (الأهرام) خلال الثلاثينيات ، عندما وجد (بشارة تقلا) أن الذين يسافرون إلى الخارج يبعثون ببرقياتهم المذيلة بأسمائهم الثلاثية كاملة ، أو بالاسم الموجود فى جواز السفر ، والذى يعتمد من مكتب التلغراف ، وبعضه رباعى مما يزيد من تكلفة ارسال البرقية ... هنا أعطى (بشارة تقلا) تعليماته إلى هؤلاء : بأن تكون برقياتهم مختصرة للغاية ، وألا توقع باسم المحرر ، لأن الأهرام يعرف صاحبها ، فإذا كان لابد بسبب نظم الاتصالات ، فهى الكلمة الأولى أو الأخيرة فقط من اسم المراسل .

ويضيف بعض الخبثاء أن (بشارة تقلا) سأل وقتها ألا يمكن التوقيع بالحرف الواحد ؟ وعندما قيل له إن التوقيع بالحرف الواحد يكلف نفس المبلغ الذى يتكلفه التوقيع بالاسم ، لأن الكلمة وحدة التعامل التلغرافى فى العالم كله . أمر بعدم التوقيع إلا فى حالة الضرورة ، وباسم واحد فقط ، على أن تكون القاعدة هى عدم التوقيع .

كذلك كان (أنطون الجميل) وهو من رؤساء تحرير الأهرام ، يتردد كثيراً فى نشر اسم محرر من المحررين مهما كانت قيمة عمله ، ثم ينشره على استحياء ويبسط صغير لا يكاد يرى ... يقول مصطفى أمين^(٢) : إن أنطون الجميل كان لا يوقع مقالاته ، ومن

(١) راجع فى ذلك محمود أدهم / أسماء على الصفحات (القاهرة ١٩٨٨) ص ٤٤-٤٧ و ١٠٣ و ١٠٤ .

(٢) عمود فكرة تحت عنوان (أنطون الجميل) منشور بجريدة الأخبار بتاريخ ٩ يونيو ١٩٨٧ .

عادته أنه إذا تقدم إليه محرر بمقال ، كان لا يقرأ عنوانه ، وإنما يقرأ الصفحة الأخيرة منه ، فإذا وجده موقعا وضعه في درج خشبي مخصص للمقالات الموجلة كان أحمد الصاوي محمد ، يكتب مقالا في الصفحة الأولى من الأهرام بعنوان (ما قل ودل) وكان أنطون الجميل يضيق بهذا الامضاء ، كما كان يضيق بكل إمضاء ، وراح يؤجل مقالات الصاوي ويمنعها ، حتى ضاق الصاوي بمنعها وترك الأهرام ، وذهب إلى جريدة المصري ينشر صفحة كاملة كل أسبوع ، ثم يجمعها في كتب أصبحت أشهر الكتب العربية أثناء الحرب العالمية الثانية .

وشتان الفارق بين (سليم تقلا) و(أنطون الجميل) وبين (محمد حسنين هيكل) الذي انتقل إلى رئاسة تحرير الأهرام ، فيما يتعلق بالاسمية واللا اسمية ... حيث كانت سنة ١٩٥٧ هي التي اتضح فيها تمام الفارق الكبير بين مدرسة الأهرام القديمة ، التي تجعل الأهرام هي البطل ، ومدرسة الأهرام الجديدة (المطعمة) بالدم الصحفي الجديد بعدد من أبناء مدرسة أخبار اليوم ، التي تركز على نشر أسماء محرريها على ما يكتبون ، فقد تضاعف اهتمام الأهرام بنشر أسماء المحررين على ما يكتبون ... ونجح (محمد حسنين هيكل) في تحويل عدد ليس بالقليل من محرري الأهرام القدامى - وهم على درجة عالية من الكفاءة - إلى نجوم مشهورين بين قراء الجريدة . كما نجح في استقطاب عدد من المحررين والكتاب النجوم أصلا ، ليضاعف من نجوميتهم وشهرة أسمائهم في عالم الصحافة .

* * *

المبحث الثالث

فن التحقيق الصحفي

Feature Story

يشتمل هذا المبحث على أهمية التحقيق الصحفي، وعوامل نجاحه، وخطوات إعداده، وطريقة كتابته، والقوالب الفنية لهذه الكتابة، وصور الصورة في التحقيق الصحفي.

١- أهمية التحقيق الصحفي :

يعتبر « فن التحقيق الصحفي » في الوقت الحاضر ، أحد الفنون الصحفية الرئيسية في الصحافة العالمية ... وإذا كان الكثيرون يعتبرون أن هذا الفن حديث نسبياً ، حيث انتشر استخدامه في الصحافة على نطاق واسع في مطلع القرن العشرين ، إلا أن التاريخ يحدثنا أن هذا الفن الصحفي قد عُرف من القديم في الصحافة الأوروبية .. وكان الصحفي الانجليزي المشهور ديفو (Defoe) هو أول من اهتدى إليه . ثم جاء من بعده نورثكليف (Northcliff) في عام ١٨٩٦ فجعل من (فن التحقيق الصحفي) ركناً هاماً في صحيفته الشعبية - ديلي ميل) . وقد ازدهر هذا الفن الصحفي في السنوات الأخيرة ، بفضل التقدم الذي شهدته ميادين الطباعة ، والتصوير ، والرسم ، وصناعة الكليشيهات ، فضلاً عن التقدم الهائل في فن التصوير الصحفي^(١) .

وأفضل مجال للتحقيق الصحفي يسبح في ، ويدور معه ، هو مجال (المشكلات العامة، التي تعرض للمجتمع كله تارة ، وتعرض لطائفة من طوائفه تارة أخرى ، حيث يشترط في التحقيق الصحفي ، أن تضمن الحلول العملية لتلك المشكلات ، ولذلك لا يشترط في موضوع التحقيق الصحفي ، ما يشترط في الخبر من عامل الجدة الزمنية ، ولكن مهارة الصحفي تظهر دائماً في إشعار القارئ ، بأن الموضوع الذي يتناوله مشكلة من المشكلات الهامة ، وأنها تتطلب حلاً سريعاً يتقدم به المعنيون بهذه

(١) فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ٩٤ ، ٩٥ وكذلك المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٤٤٤ .

المشكلة ، وأن فى استطاعة بعض القادرين من غير هؤلاء أن يشاركوا فى إيجاد الحل اللازم لها^(١) .

ولكن مع هذا فكثيراً ما يتصل التحقيق الصحفى بالأحداث الجارية ، ويرتبط بالأفكار الحية فى حياتنا . ولذلك يتسم بالواقعية ، والحالية ، والجدة الزمنية ، حتى ولو كان تاريخياً . بمعنى أن الزاوية الجديدة ، أو النظرة المكتشفة حديثاً ، أو التقييم الجديد للحقائق التاريخية ، والشخصيات ، تعطى معانى وأبعاداً غير معروفة من قبل ، مما يجعل الموضوع جديراً بالمعالجة الصحفية^(٢) .

والتحقيق الصحفى على أنواع ، ويفضى مساحة كبيرة من النواحي العامة ، التى تثير اهتمام الرأى العام . فهو قد يتناول النواحي السياسية داخلية وخارجية ، أو القضايا الاجتماعية التى تمس حياة الفرد والمجموع . أو المشكلات الزراعية التى تتصل بالريف والفلاح والإنتاج الزراعى والحيوانى . أو الموضوعات الرياضية ذات الصلة بالرياضة والمسابقات والمباريات الرياضية المحلية والدولية . أو النشاط الصناعى ، أو التجارى فى الداخل والخارج ... الخ .

وخلاصة القول ، أن التحقيق الصحفى يمكن أن يمس كل ما له صلة بمصالح المواطنين والدولة ، بصورة مباشرة أو غير مباشرة وكما يقول كبار الصحفيين ، فإننا يمكن أن نعثر على موضوعات التحقيق الصحفى ، فى كل شىء من حولنا ، ويستطيع الصحفى الكفء أن يضع يده كل أسبوع - على الأقل - على موضوع جديد ، يجند نفسه لدراسته ، وخمته ، وأبرزه للناس فى صورة فعالة قابلة للتنفيذ .

وفى جميع الأحوال يجب ألا يختار الصحفى الموضوع المناسب له شخصياً ، بل لابد من الحرص على مراعاة اهتمام القراء بالموضوع ، وعدم تعارضه مع سياسة الصحيفة ، والتأكد من توفر المراجع ، والبيانات ، والشخصيات التى يرجع إليها للحصول على المعلومات ، والبيانات التى تغطى كل الزوايا ، والاتجاهات ، والآراء ، بحيث يصل التحقيق إلى نتائج إيجابية ، أو توصيات ، أو اقتراحات تساهم فى حل المشكلات والقضايا التى يتناولها^(٣) .

ويصفة عامة يقوم الصحفى على خبر ، أو فكرة ، أو خاطر ، أو انطباع ، أو ملاحظة شخصية ، أو تجربة إنسانية ، أو مشكلة ، أو قضية يلتقطها الصحفى من الوسط أو المجتمع الذى يعيش فيه ، ثم يقوم بجمع مادة التحقيق بما يتضمنه من

(١) نفس المصدر الثانى السابق .

(٢) دراسات فى الفن الصحفى - مصدر سابق ص ١٣٨ .

(٣) نفس المصدر السابق ص ١٤٩ ، ١٥٢ ، وكذلك من الخبر إلى الموضوع الصحفى - مصدر سابق ص ١٧٨ .

بيانات ، أو معلومات ، أو آراء الخبراء ، ووجهات نظر المتخصصين والفنيين ، التى تتعلق بموضوع التحقيق ، ثم يزاوج بينها للوصول إلى الحل الذى يراه صالحاً لعلاج المشكلة ، أو القضية ، أو الفكرة التى يطرحها التحقيق الصحفى .

والتحقيق الصحفى كفن يشتمل على بقية الفنون الصحفية الأخرى ، كالخبر ، أو الحديث ، أو الرأى ، أو الاستقصاء ، أو البحث . وقد يحتاج فى كثير من الحالات ، إلى استعمال الأسلوب الذى يرتفع إلى مرتبة البحث ، والدراسة ، والرجوع إلى المراجع التى تساعد على نجاح وإبراز أهمية القضية التى يعالجها .. ومع ذلك يجب الحرص على أن تتوفر فى التحقيق الصحفى ، سائر الصفات الفنية الصحفية ، كالحرص على استخدام الألفاظ المألوفة ، وتجنب الألفاظ العلمية البحتة والإصطلاحات النادرة ، مع الحذر من الإنزلاق إلى العامة ، والبعد عن الحشو والإسهاب ، والتزام الموضوعية فى نقل الآراء ، والاتجاهات ، والأمانة فى تصوير أبعاد المشكلات .. وليس غريباً إذن أن يسمى التحقيق الصحفى (استطلاعاً) أو (استخباراً) أو (تقريراً) . ويفهم فى كثير من الدول الأجنبية على أنه دراسة . ذلك أن روح التحقيق الصحفى تتسم بالدراسة ، والبحث والتنقيب ، والإستطلاع ، ومعرفة الزوايا المتعددة للحقائق الواقعة ، والبحث فى الأسباب ، والعوامل الاجتماعية ، أو الاقتصادية ، أو السياسية ، أو الفكرية التى تكمن وراء الخبر ، أو القضية أو المشكلة ، أو الفكرة ، أو الظاهرة التى يدور حولها التحقيق الصحفى^(١) .

ومن هنا فلا بد أن يكون كاتب التحقيق الصحفى مثقفاً ، ومطعاً ، وملماً بعلوم إلى التخصص ، لأنه يصنع بناءً علمياً لموضوع متكامل الجوانب ، يعبر فيه عن قدرته فى الكتابة ، وإلمامه بنواح مختلفة من الحياة . أى أن التحقيق الصحفى يرتبط بشخصية كاتبه ، ويبرز هذه الشخصية سواء كانت قوية أو غير ذلك ، عميقة التفكير أو ضحلة فى النشاط ذهنى .

فمهمة المحقق الصحفى هى مهمة (رجل الشرطة) فى استطلاع الحادثة ، وإثباتها ... ثم مهمة (وكيل النيابة) فى تحقيق هذه الحادثة ، والبحث عن دوافعها وأسبابها .. ثم مهمة (الدفاع والاثام) معاً فى تكييف هذه الدوافع والأسباب من الناحية القانونية ، أى مصلحة المجتمع الذى يعمل فيه الصحفى .. وأخيراً هى مهمة (القاضى) فى الحكم وتقديم الأسباب المبررة لهذا الحكم ، ويزيد التحقيق الصحفى على ذلك كله ، التوجيه ، وإبداء الرأى ، وتقديم الحل الذى يجب إتباعه لتحقيق مصلحة المجتمع .

(١) نفس المصدر الأول السابق ص ١٣٨ ، ١٤٢ ، وكذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ٩٣ .

وقد تساعد المقارنة بين فن التحقيق الصحفي وغيره من الفنون الصحفية، على مزيد من المعرفة لمفهوم التحقيق الصحفي^(١).

فالتحقيق الصحفي يختلف على سبيل المثال عن الخبر الصحفي، في كون الخبر يجيب عن الأسئلة الستة المعروفة، أو أغلبها وهي (من، ماذا، متى، أين، لماذا، كيف) بينما يركز التحقيق الصحفي على الإجابة عن سؤال واحد منها وهو (لماذا؟) حيث يحاول التحقيق الشرح والتفسير، والتعليق، وإلقاء الضوء على المشكلة المعروضة، ويزيد في قدرة القراء على الفهم والاستيعاب. كذلك يختلف التحقيق عن الخبر في كون الخبر لا يجب على محرره أن يظهر شخصيته، بينما التحقيق الصحفي غالباً ما يكشف عن شخصية كاتبه.

ويختلف التحقيق الصحفي عن المقال الافتتاحي، حيث أن الأخير إنما يجب أن يعبر عن سياسة الصحيفة ورأيها، أما التحقيق الصحفي فليس مطالباً بالتعبير عن هذه السياسة، وإن كان مطالباً بأن يسايرها، ولا يتعارض معها.

كذلك يختلف التحقيق الصحفي عن القصة الأدبية، في كون الأخيرة تعتمد على الخيال، وقد تصور جزءاً من واقع الحياة في قالب قصصي مكسو بالخيال، على حين أن التحقيق يعتمد كل الاعتماد على الحقائق الملموسة، والوقائع المحسوسة، ويرسم صورة واقعية للحياة.

ويختلف التحقيق الصحفي عن المقال الأدبي، في كون الأول أكثر موضوعية، وألصق بالمجتمع، أما الثاني فأكثر ذاتية، وأعلق بقلوب الأفراد في هذا المجتمع، وأشد تعلقاً بقلب الكاتب الذي كتبه بوحى من شعوره الذاتي، أكثر من شعوره الجماعي.

ب- عوامل نجاح التحقيق الصحفي^(٢):

شئ هام يتعلق بالتحقيق الصحفي، وهو ألا يعالج الصحفي موضوعاً لا يشغل اهتمام الجمهور، لأن نجاح التحقيق الصحفي يتوقف على مدى تجاوب الرأي العام مع صلب الموضوع، ومعنى هذا أن فكرة التحقيق الصحفي يجب أن تتناول قضية، أو مسألة، أو أمر يعلم الصحفي أن نشره يثير اهتمام القراء، وعلى سبيل المثال، فإن التحقيق الصحفي عن الامتحانات يكون ناجحاً إذا نشر قبل الامتحانات مباشرة، أو أثناءها، ولكن ليس بعد انتهاء الامتحانات. كما أن التحقيق السياسي الصحفي

(١) المصدر الثاني السابق ص ٩٣، ٩٤ وكذلك المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٤٣٦، ٤٣٧.

(٢) من الخبر إلي الموضوع الصحفي - مصدر سابق ص ١٧٨ - ١٨١، ١٩٣.

الذى ، هو الذى يكتب خلال الفترة السياسية المتعلقة به ، والتى يعيش فيها الناس ولا حديث لهم إلا هذا الموضوع ، أما معالجته بعد أن ينتهى ، فموضوع قديم ، ما لم يكن التحقيق الصحفى سيكشف عن أسرار جديدة ، تعيد الموضوع ليطفو على السطح ، ويصبح حديث الناس .

وهكذا يجب أن توضع عوامل : الوقت ، والمناسبة ، والسرعة ، والدقة ، فى المكان الأول من تفكير الصحفى ، قبل أن يبدأ فى الانطلاق نحو وضع خطة التحقيق ، ثم تنفيذ هذه الخطة .

وهناك عامل هام آخر يتعلق بنجاح التحقيق الصحفى ، وهو ضرورة أن يصل الصحفى فى نهاية تحقيقه إلى حلول عملية ، يعرضها كعلاج لما تناوله بالبحث فى التحقيق الصحفى . ذلك لأن هذه الحلول سترفع التحقيق من مجرد سرد البيانات ، إلى مستوى البحث الذى ينتهى إلى حلول مدروسة ، ومستقاة من الذين يعرفون ، ولكن ليس تحت يدهم سلطات التنفيذ . فالمحقق الصحفى هنا يساعد المسئول ، ويفهم القارئ أنه أمام أمر له حلول ممكنة التنفيذ . وهذا العامل يوضح الجهد الذى يبذله الصحفى ، فى وضع خطته وتنفيذها ، فهو ليس مجرد راوية لما جرى ويجرى ، بل إنه سيذهب إلى أعق من هذا ، فيسأل ويناقش من لهم الخبرة والدراية بأمر تحقيقه ، ثم يخرج من أحاديثه هذه بمادة فيها العرض ، والصل ، والعلاج ، وهذا ما يسمى بالموضوعات البناءة .

وكل ذلك يتطلب من الصحفى ألا يبدأ فى معالجة تحقيق ما ، إلا إذا كان على دراية - ولو سطحية - بخفايا الموضوع ، لأنه فى هذه الحالة سيعلم من أين يستقصى الوقائع والبيانات والمعلومات ، ولن يتجه بالسؤال عن الوسائل المؤدية إلى علاج هذه الحالة .

والذى يلاحظ كعامل من عوامل ضعف بعض التحقيقات الصحفية التى تنشر ، هو الاعتماد على محررين يجهلون جوهر الموضوع ، فلا يدركون وهم يباشرون عملية البحث عن الوقائع والطول ، الطريق السليم الذى يرسمونه لأنفسهم ، وتكون النتيجة أن يطرقوا أبواب أشخاص غير عالمين بحقيقة الموضوع ... وبذلك يخرجون على القراء بشئ يسمى تحقيقاً صحفياً ، وليس فيه من التحقيق إلا اسمه فقط .

فليس كل صحفى أو محرر ممن يجوز لهم أن يطرقوا أبواب أى تحقيق صحفى ، إذ من غير المعقول مثلاً ، أن يكلف محرر الحوادث والجرائم بإجراء تحقيق صحفى فى مشكلة اقتصادية ، والعكس أيضاً صحيح .. فالتخصص فى التحقيقات الصحفية ضرورة حتمية ، والوصول إلى أهدافه من أقصر طريق ، على أن هذا لا يمنع - بل يصبح ضرورة فى بعض الحالات - من إشراك أكثر من صحفى ممن لهم اختصاصات

مختلفة ، فى تغطية تحقيق صحفى واحد ، على أساس أنه متشابه ، ويغضى أكثر من ناحية من النواحي الاقتصادية ، والسياسية ، والاجتماعية مثلا .

كذلك فإنه لضمان نجاح التحقيق الصحفى ، يجب رسم خطة له ، تبدأ بتحديد أهمية التحقيق ، وأى قطاع من قطاعات المجتمع يهيم موضوعه ؟ ثم لماذا يهيم هذا الموضوع ؟ وإلى أى مدى سيكون اهتمامه به ؟

وإجابات هذه الأسئلة فوق أنها تحدد أهمية التحقيق الصحفى نفسه ، فكذلك يمكن للصحفى ، ولرئيس التحرير ، أو رئيسه المختص ، تحديد المساحة التى سيشغلها التحقيق ، فلا يبدأ المحقق الصحفى فى دراسة موضوعه ، وجمع مادته ، إلا بعد أن يعرف المساحة التى ينشر عليها . وهو بذلك يحرص على ألا يختصر فيما لا يجوز فيه الاختصار ، ولا يطيل فيما لا يتحتم فيه الإطالة .

ولكن مع هذا قد يتطور الموضوع عندما يبدأ الكاتب تحقيقه صعوداً أو هبوطاً ، فتزيد المساحة المطلوبة أو تقل تبعاً لذلك . فقد يفاجأ الصحفى بأن التحقيق الذى حدد له رئيسه مساحة صغيرة ، إنما يحتاج إلى مساحة أكبر ، لأن الحقائق التى لم تكن معروفة أثناء وضع الخطة أقوى من أن يحتملها مساحة صغيرة مثلا ، وبذلك يتطور إلى تحقيق طويل ينشر على مساحة أكبر . وقد يحدث العكس إذ يكشف البحث عن أن الموضوع يحمل فى طياته عدم أهميته أو جديته .

كذلك يتضمن رسم خطة التحقيق ، وضع قائمة تبين المصادر الحية وغير الحية التى سيستعين بها الصحفى ، ثم جمع الوقائع والبيانات والمعلومات من هذه المصادر وغيرها ، ويستخلص لنفسه بعد ذلك النتائج ، أو التوصيات ، أو المقترحات ، أو الحلول التى يضعها خاتمة للتحقيق الصحفى .

ج- خطوات إعداد التحقيق^(١) :

تتضمن خطوات إعداد التحقيق الصحفى ثلاث عمليات على النحو التالى :

أولاً : اختيار فكرة التحقيق : وأهم الاعتبارات فى هذا الصدد ، أن تكون هذه الفكرة مستوحاة من الأحداث الجارية ، أو مرتبطة بقضايا التى تشغل المجتمع ، وأن تكون الفكرة جديدة ومبتكرة ، وقادرة على جذب اهتمام القارئ . ومع ذلك يمكن أن تطرح من جديد فكرة سبق معالجتها ، بشرط أن يتم تناولها من زاوية جديدة . فمثلاً امتحانات الثانوية العامة ، يمكن تناولها من زاوية جديدة مثل هؤلاء الذين يضعون امتحانات الثانوية العامة ... هل يمكن أن تتسرب أسئلة امتحانات الثانوية العامة ؟ أوائل العام الماضى فى الثانوية العامة أين هم الآن ؟ .

(١) راجع فى ذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق من ١٠١-١٠٥ .

واختيار المحرر لفكرة التحقيق ، لا يعنى أنه يستطيع أن يبدأ فى تنفيذه فوراً . وإنما عليه أن يطرح هذه الفكرة فى اجتماع قسم التحقيقات ، الذى يضم غالباً خيرة الصحفيين العاملين فى الصحيفة ، وعليه أن يستمع إلى ملاحظات زملائه من أعضاء القسم ومن رئيسه . وغالباً ما يحضر هذا الاجتماع رئيس التحرير ، ونواب رئيس التحرير ، ليس فقط لمناقشة الاقتراحات المقدمة من المحررين ، وإنما أيضاً لتنفيذ القسم بالاقتراحات الجديدة ، وعلى المحرر أيضاً قبل أن يطرح فكرة التحقيق للمناقشة فى داخل قسمه ، أن يدرس الفكرة بعناية ، وإذا كانت الفكرة قد سبق تناولها ، عليه أن يتأكد أنه يتناولها من زاوية جديدة ، لم يسبق التعرض لها من قبل .

ثانياً : جمع المادة الأولية للتحقيق : وهذه المادة الأولية هى المعلومات الخلفية للموضوع ، ويمكن للصحفى أن يحصل عليها من المكتبة ، أو من أرشيف المعلومات بالصحيفة ، حيث توجد قصاصات وكتب ومراجع ، وكذلك الصحف والمجلات ، وكل ما يتوفر من دراسات ووثائق وبيانات حول هذا الموضوع ، أو التى تتناولها من قريب أو بعيد . وعلى ضوء هذه الخلفية يمكن للمحرر بعد ذلك أن يبدأ فى تنفيذ التحقيق الصحفى .

ثالثاً : تنفيذ التحقيق : ويبدأ التنفيذ بالبحث عن البيانات ، والمعلومات ، والآراء الخاصة بالموضوع ، والحصول عليها من المصادر الحية وغير الحية ... والمعلومات الحية توجد بالدرجة الأولى عند الأشخاص الذين يدور حولهم موضوع التحقيق ، أو يسهم من قريب أو بعيد ومعنى ذلك أن الصحفى يقوم بإجراء العديد من المقابلات الصحفية ، مع عدد من الأشخاص المتخصصين الذين يمكنهم إضافة معلومات ، أو آراء هامة فى الموضوع . كذلك فإن المصادر غير الحية مثل الوثائق ، أو البيانات ، أو الأرقام ، أو التقارير التى لم يسبق نشرها ، وتحتوى بيانات ومعلومات هامة حول الموضوع ، يمكن أن تشكل مصدراً أكثر حيوية من الشخصيات الحية .

د- طريقة كتابة التحقيق :

قبل البدء فى كتابة التحقيق الصحفى ، لابد من القيام بمراجعة دقيقة ، لما تم جمعه من مادة صحفية خاصة بالتحقيق ، والتأكد من انطباق تلك المادة على خطة التحقيق التى تم رسمها . أو بمعنى آخر هل هذه المادة تجيب على الأسئلة التى تتبادر إلى ذهن القارئ عند قراءة التحقيق ؟ فإذا لم تكن كذلك ، فلا بد من المبادرة إلى استكمال جوانب الموضوع ، لأنه خير للمحرر أن تستغرق وقتاً طويلاً فى عمل التحقيق ، من استجابته للعجلة والتسرع ، وتكون النتيجة تحقيقاً صحفياً ناقصاً فى موضوع لا يجيب عن جميع تساؤلات القراء . فالقارئ شديد الذكاء يعرف مدى الجهد الذى

بذله الصحفي فى عمل تحقيقه ، ويكشف بسرعة قيمة المادة الصحفية وفائدتها له ، فإذا حاول الصحفي أن يقدم مادة صحفية فجأة بغرض (الكلفة) فسوف يفقد القارئ إلى الأبد ، وذلك لارتباط التحقيق الصحفي باسم كاتبه .

وبعد الانتهاء من عملية المراجعة واستكمال المعلومات الناقصة ، تبدأ مرحلة كتابة التحقيق على شكل الهرم المعتدل ، الذى يتكون من ثلاثة أجزاء هى : المقدمة ، والصلب ، والخاتمة ، وذلك على النحو التالى^(١) :

١- يبدأ التحقيق الصحفي بالمقدمة التى يجب أن تكون قصيرة فى مساحتها ، كافية لجذب القراء إلى قراءة التحقيق ، مثيرة لاهتمامهم ، ومقنعة لهم بأن ما سيقروونه متصل بهم وبحياتهم . ولهذا يجب أن تكون المقدمة واضحة مختصرة ومفيدة .

٢- يلى ذلك مباشرة حلقة الوصل التى تربط بين المقدمة والصلب ، وتمهد لانتقال القارئ من المقدمة إلى صلب التحقيق ، وفيها يعتمد الصحفي عادة إلى ذكر معلومات جديدة مثيرة ، أملاً فى كسب ثقة القارئ ، وإشعاره بأن ما سيقراه جديد على مسمعه .

٣- بعد ذلك يتدرج التحقيق إلى صلبه متضمناً الوقائع ، والأدلة ، والأمثلة ، والشواهد ، معروضة عرضاً شائقاً ومسلسلاً ، بحيث لا يحس القارئ فى أى فقرة من فقرات التحقيق ، بأنه يميل إلى تركه جانباً لبعض الوقت ، أو الانتقال إلى موضوع آخر من موضوعات الصحيفة .

٤- يأتى بعد ذلك ختام التحقيق : وينبغى ألا تقل هذه الخاتمة عن أهمية المقدمة ، باعتبارها آخر ما يبقى منطبعاً فى ذهن القارئ بعد الانتهاء من القراءة . كما يجب أن تكون تلك الخاتمة قوية قوة المقدمة ومرتبطة بها وصدى لها ، وأن تكون واضحة غير مسرفة فى الطول حتى لا ينعدم تأثيرها . وأن تستمد طبيعتها من التحقيق نفسه ، وتكون منطقية معه ، ولا تلتصق به كتذييل مفروض عليه . وخير خاتمة للتحقيقات الصحفية هى التى تقدم حلولاً واقتراحات إيجابية ، للقضايا والمسائل التى يطرحها التحقيق ، حيث توجز تلك الخاتمة مجموع الأفكار والآراء وتربطها ببعضها البعض ، وتستخلص منها النتائج المنطقية ، المترتبة على تلك المعلومات والآراء ، والأفكار التى وردت فى صلب التحقيق ، وكثيراً ما تنجح الخاتمة إذا وفق الصحفي إلى تضمينها عبارة قوية تركز صلب التحقيق وتكون عموده الفقرى .

(١) المدخل فى فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٤٤٠ ، ٤٤١ وكذلك من الخبر إلى الموضوع الصحفي - مصدر سابق ص ١٦٢ .

٥- وقبل كل تلك الأجزاء السابقة يأتي العنوان الرئيسي ، والأسطر الكاملة له ، والعناوين الفرعية داخل صلب التحقيق ، ويجب العناية بكل تلك العناوين ، وأن تكون كلها زاخرة بالحياة ، قادرة على التصوير ، مليئة بالتعبير ، غنية بعنصر الجذب والتشويق ، مناسبة لجو التحقيق . وبذلك يضمن الكاتب كسب انتباه القارئ ، وإقناعه بأهمية التحقيق من اللحظة الأولى .

هـ- القوالب الفنية لكتابة التحقيق :

وهناك ثلاثة قوالب فنية لكتابة التحقيق الصحفي ، تقوم جميعها على أساس البناء الفني للهرم المعتدل ، الذي يتكون من ثلاثة أجزاء هي : المقدمة ، والصلب ، والخاتمة . وهذه القوالب الثلاثة هي ^(١) :

أولاً : قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي : وفي هذا القالب يعرض الصحفي القضية ، أو المشكلة التي يتناولها التحقيق بشكل موضوعي ، من خلال مقدمة يحرص فيها على إثارة اهتمام القارئ بالموضوع . وهذه المقدمة قد تأخذ عدة أشكال منها : التركيز على الزاوية الأساسية لموضوع التحقيق ، في حين يعرض جسم التحقيق بقية زوايا الموضوع ، تقدم الخاتمة خلاصة ما انتهى إليه الصحفي من آراء ، أو تصورات ، أو حلول للقضية أو المشكلة التي يتناولها التحقيق الصحفي .

وقد تأخذ المقدمة شكل التلخيص السريع لجميع زوايا الموضوع ، في حين يتم عرض كل زاوية من هذه الزوايا بالتفصيل في جسم التحقيق ، ثم تقدم الخاتمة خلاصة النتائج التي توصل إليها الصحفي . وقد تكون في شكل التأييد أو المعارضة لرأي من الآراء التي طرحت داخل جسم التحقيق . وقد يتبنى الصحفي اتجاهاً جديداً لم يذكر في جسم التحقيق . ولكن يجب أن يكون هذا الرأي منسجماً مع مجموعة الشواهد والأدلة التي قدمها جسم التحقيق .

ثانياً : قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي : وفي هذا القالب يصف الصحفي في مقدمة التحقيق صورة عامة سريعة للموضوع ، أو يصف جزءاً بارزاً منه ، بينما يترك الوصف التفصيلي لجسم التحقيق . أما الخاتمة فقد تربط بين التفاصيل المتناثرة ، لتقدم في النهاية الصورة المتكاملة للموضوع ، أو تقتصر على الانطباعات الأخيرة للصحفي عن هذا الموضوع ... وهذا القالب الفني يصلح لكتابة التحقيقات الصحفية التي تدور حول الرحلات ، والمسابقات الرياضية ، والمناقشات البرلمانية ، والاحتفالات ، والمهرجانات ، والاجتماعات ، والندوات .. الخ .

(١) راجع تفاصيل ذلك مع الأمثلة والأشكال التوضيحية لكل قالب من القوالب الثلاثة في كتاب فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ١٠٨ وما بعدها .

ثالثاً : قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصى : وفى هذا القالب يلجأ الصحفى إلى كتابة التحقيق فى شكل قصة يسردها كما تسرد القصص الأدبية . وهذا القالب وإن تماثل فى بنائه الفنى من القصص الأدبية ، أى له بداية وعقدة ونهاية ، إلا أنه يختلف عنها فى كونه يقوم على الوقائع الحقيقية ، وليس على الوقائع الخيالية ، كما هو الشأن فى القصص الأدبية ... ويستخدم هذا القالب فى التحقيقات الصحفية التى تتناول الموضوعات الإنسانية ، أو الحوادث المروعة ، والجرائم الخطيرة .

و- شروط عند الكتابة :

ثم يبقى هناك عديد من الشروط التى يجب مراعاتها بشكل عام فى أثناء كتابة التحقيق الصحفى ومنها ما يلى^(١) :

- ١- مراعاة التنااسب بين أجزاء التحقيق الصحفى ، بحيث لا تزيد المقدمة مثلاً عن التفاصيل فى جسم التحقيق .
- ٢- أن لا تكون المادة غير كافية لاقتناع القارئ بأهمية الموضوع الذى يطرحه التحقيق .
- ٣- الحرص على الاحتفاظ باهتمام القارئ من أول التحقيق إلى نهايته ، عن طريق إثارة غريزة حب الاستطلاع هذه .
- ٤- الحرص على إثراء التحقيق الصحفى بحصيلة ثقافة كاتبه ، وقراءاته ، وتجاربه ، وخبراته فى الحياة ، والمعلومات التى حصل عليها حول الموضوع ، وأن تكون هذه المعلومات جديدة على القراء ، فكلما كانت المعلومات التى يحتوىها التحقيق جديدة ، كلما كان الموضوع نفسه جديداً .
- ٥- أن يحرص كاتب التحقيق على أن يوجد لنفسه أسلوباً متميزاً فى كتابة التحقيق الصحفى ، ولكن يشترط فى هذا الأسلوب الحرص على استخدام الألفاظ المألوفة ، والعبارات الموجزة ، والابتعاد قدر الإمكان عن المصطلحات والألفاظ العلمية الصعبة أو النادرة ، الى تستخدم إلا فى مجال المتخصصين ، مع الحذر فى الإنزلاق إلى العامية ، والبعد عن الحشو ، والإسهاب ، مع التزام الموضوعية فى نقل الآراء والاتجاهات .
- ٦- وأخيراً فإن التحقيق الصحفى يجب أن يرتفع إلى مستوى البحث العميق ، ولا يمكن أن يقبل أى بحث ، ويوضع موضع المناقشة ، كما لم يكن له الأساس المتين الذى يجعله جديراً بالمناقشة . ومن هنا يجب على الذين يقدمون على القيام

(١) من الغير إلى الموضوع الصحفى - مصدر سابق ص ١٩٣ ، ١٩٤ .

بالتحقيقات الصحفية ، ألا يقدموا موضوعاتهم للنشر إلا إذا كان لها غرض .. ولها وقائع ومقائيق .. ولها أساس .. ولها في النهاية نتائج وحلول عملية .. وفوق هذا يكون التحقيق ذا صلة كبيرة بأحاسيس القراء واهتماماتهم .

ز- التحقيقات والصورة الصحفية^(١):

والصورة الصحفية تقوم بدور أساسي وهام في التحقيقات الصحفية ، ويجب الاهتمام بتلك الصور التي تصاحب التحقيق ، ولابد لها أن تضيف معلومات ، أو حقائق جديدة إلى الموضوع . ولا يجب أن تكون تكراراً للمعلومات التي جاءت به ، فالكثير ما تقوم الصور بدور كبير في إنجاح التحقيق الصحفي ، أو إفشاله .

وصور الشخصيات تقوم بدور هام في هذا الصدد ، وخاصة إذا كانت شخصيات جديدة تظهر على مسرح الأحداث لأول مرة . كذلك فإن صور الأحداث التي يتناولها التحقيق بالبحث لها نفس الأهمية ، وخاصة في الأحداث التي لا يكون وصفها قريباً من الأذهان ، ما لم يكن التحقيق الصحفي محتوياً على مجموعة من الصور التي تبين فداحة الخسائر ، إذا كان التحقيق حول حريق مثلا . ومن هنا كان وجود المصور مع الصحفي الذي يقوم بإعداد التحقيق ضرورياً .. والأفضل أن يكون المحرر نفسه يتلن التصوير ، إلى الحد الذي يسمح له بالتقاط الصور الصحفية الناجحة وقت حدوثها .

كما يجب الاهتمام بالكلام المصاحب للصور ، وأن ينظر إليه باعتباره جزءاً مكملاً للتحقيق الصحفي ، والاستفادة من تفاعل العبارات اللفظية مع الصور ، لإيجاد إحساس واقعي يقرب كثيراً من الحادث الأصلي ، وينقله بأمانة وموضوعية . ولابد أن تتوافق الصور مع الكلام المصاحب لها توافقاً تاماً . ولا غنى عن التعبير اللفظي حتى في حالة الصورة المعبرة والمفردة ، إذ لا يمكن مثلاً للصورة وحدها أن تدل على اسم صاحب الصورة ، أو اسم المكان ، أو الزمان . ولا يتم توضيح ذلك إلا بالعبارة اللفظية مقترنة بالصورة .

* * *

(١) راجع المصدر السابق ص ١٣٢ وكذلك من الخبر إلى الموضوع الصحفي - مصدر سابق ص ٢٠١ ، وكذلك دراسات في الفن الصحفي - مصدر سابق ص ١٤٣ .

المبحث الرابع

فن الحديث الصحفي Interview

يركز هذا المبحث على الحديث الصحفي الشامل فقط . . والقواعد التي يراعيها الصحفي قبل إجراء الحديث ، وخلالها ، وبعده .

* * *

تقديم :

إن الحديث هو الوسيلة التي يتميز بها الإنسان عن غيره من المخلوقات ، لإقامة علاقات وثيقة ، وتوافق سليم مع أقرانه . . ولابد له - في علاقاته تلك - من أن يحصل على معلومات ، ويدلى بمعلومات ، ويؤثر في الآخرين ، ويتأثر بهم . وهو يتكلم ليحقق اتجاهات ، ودوافع ، وأفكاراً ، ومثلاً علياً ، ومشاعر مشتركة ، ولكي يتبادل المعلومات والآراء^(١) .

والحديث الصحفي يتألف من إتصال يقوم بين شخصين : القائم بالحديث وهو هنا الصحفي ، والشخصي الذي يُجرى معه الحديث . وهذا الحديث الصحفي لا يقوم أساساً لصالح القائم بالحديث ، ولا لصالح الشخص الذي يُجرى معه الحديث ، ولكن لصالح القارئ أولاً وأخيراً . ويكون الإلحاح للحصول على الحقائق المثيرة للإهتمام ، أى الحقائق التي تهم أشخاصاً بعينهم تماماً عن الموقف المباشر .

وبفضل العناية الكبرى التي يوليها القارئ لما يصدر عن بني جنسه من أعمال وأفكار ، أصبح للحديث الصحفي قدر من الشعبية لدى القراء ، مما حداً بجميع رقباء التحرير هذه الأيام ، على إعتباره ركيزة أساسية من ركائز الصحافة ، ومن أهم فروع الصحافة التي تُعنى بها الصحف في الوقت الحاضر^(٢) .

(١) سيكولوجية المقابلة : والتر فاندريك بنجهام وبيروس فيكتور مور - ترجمة فاروق عبد القادر وعزت سيد إسماعيل (القاهرة ١٩٦١) ص ٥ .

(٢) نفس المصدر السابق وكذلك مدخل الى الصحافة : فريزر بوند - ترجمة راجى صهيون (بيروت ١٩٦٤) ص ١٦٦ .

فمن الملاحظ أن كثيراً من المواد الصحفية قد تكون عامة ، وبذلك يكون هناك احتمال أن تهتم بها الصحف المنافسة ، ومن ثم تفقد صفة الإنفراد ، أى إنفراد جريدة واحدة بنشرها دون سائر الصحف .

فالصحيفة تنشر كثيراً من الأخبار المشاعة ، التى تتلقاها هى وزميلاتها من مصادر واحدة مثل وكالات الأنباء ، ومكاتب الإستعلامات ، والإذاعات ، ووكالات الصور . . إلخ . ونتيجة لذلك فإن كل صحيفة ، تسعى بمؤازرة محرريها ومندوبيها الى الظفر بمادة جديدة غير مكررة ، تباهى بالإنفراد بنشرها ، وتعمل جاهدة على توجيه الأنظار إليها ، طلباً لمزيد من القراء . وفى الأحاديث الصحفية الخاصة باب واسع لهذه المواد الجديدة ، ينفرد الصحفى بالحصول عليها ، وتنفرد صحيفته بنشرها ، وتوليها عناية خاصة ، لأنها مادة لا تتكرر فى الصحف المنافسة . . وما أكثر الشخصيات البارزة من سياسية ، وإجتماعية ، وإقتصادية ، ورياضية ، وفنية ، وأدبية ، وعلمية ، التى يمكن التحدث معها فى الشئون الجارية التى تخص كلاً منهم ، بحيث تكون لأحاديثهم خبجة فى نواحي الحياة التى ينتمون إليها^(١) .

وليس صحيحاً ما يقال من أن هذا الفن من فنون الصحافة ، من إبتكارات القرن العشرين وحده ، حيث يذكر تاريخ الصحافة بإنجلترا - على سبيل المثال - أن الصحفى الإنجليزى المشهور (ديفو - DEFOE) إستطاع فى القرن الثامن عشر أن يحصل على حديث صحفى من قاطع طريق إسمه (جاك شبرد - JACK SHEP- HERD) قبيل تنفيذ الحكم عليه بالإعدام شتقاً بوضع دقائق . كما يرى البعض أن كثيراً من أخبار الأدب العربى فى قصور الخلفاء والأمراء ، كانت تحمل فى طياتها صفات الأحاديث الصحفية ، حيث كانت الأحاديث تدور بينهم فى مسائل شتى وموضوعات متباينة .

وإن دل ذلك على شيء فإنما يدل على أن فى النفس البشرية منذ نشأتها ، ميلاً أصيلاً ، ونزوعاً شديداً الى معرفة أحوال الغير ، والوقوف على أسرارهم كلما أمكن ذلك ، وفى الأحاديث الخاصة من أى نوع كان ، ما يشبع هذا الميل إشباعاً كبيراً^(٢) .

ولقد قيل أن الصحفى هو يقوم بدوره فى إدارة الحديث الصحفى ، أشبه بالبائع الذى ينجح فى بيع سلعته ، وهى هنا السؤال . . والحصول على ثمنها ، وهو هنا الجواب المطلوب . . وقيل أيضاً أنه كالسياسى الماكر يحاور ويداور ، وإن كان لا ضرورة لأن يأخذ من صفات السياسى الكذب . . وشبه أيضاً بالصديق المخلص الذى يحترم رغبات مصدره . . وقيل أنه كوكيل النيابة اللبق الذى يوفق فى إستخلاص الحقيقة .

(١) إستقاء الأنباء فن (صحافة الخبر) ترجمة وديع فلسطين (١٩٦٠) ص ٢٥٦ و ٢٥٧

(٢) المدخل فى فن التحرير الصحفى - مصدر سابق ص ٤٠٤ .

وكل صفة من هذه الصفات هي السبيل التي تمكّنك من أن تحصل على أحسن النتائج من أحاديثك . فما بالك إذا تجمعت كل هذه الأسلحة تحت يدك^(١) .

والواقع أن (الحديث الصحفي) محبوب الى نفوس القراء . فكما أنه يسر كل إنسان أن تتاح له فرصة مقابلة الشخصيات الكبيرة والعظيمة ، أو القريبة من العظمة التي تسلط عليها الأضواء ، بما لها من مكانة في الحياة العامة .. وحيث أن ذلك قد لا يتيسر للجمهور في أحيان كثيرة ، لذلك فإن الصحافة تقوم له بهذه المهمة عن طريق محرريها ، الذين يتيسر لهم مقابلة هؤلاء العظماء والمشاهير ، ويقدمون للقراء ما دار بين الطرفين من حديث .

وقد لا يكون الحديث مع هذه الشخصيات وإنما عنهم .. وطبيعي أن مثل هذه الأحاديث قد تكون مستمدة من الأشخاص العظماء أنفسهم ، أو من الأرشيف الصحفي ، أو ما يعرفه الصحفي عنهم شخصياً ، أو من أصدقائهم ومعارفهم وأقاربهم . فالحديث الواحد إنما هو عبارة عن مجموعة من الأحاديث ، يستخرج منها الصحفي البيانات التي تعطى القارئ فكرة عن الشخص الذي يتحدث عنه .

ومن أمثلة ذلك وزراء جدد يدخلون الوزارة لأول مرة ، ويحب الجمهور أن يقرأ عنهم وعن حياتهم ، وعن ماضيهم ، ومشروعاتهم ، وأفكارهم .. أو رجال مشهورون تغيرت طباعهم فجأة وحدث تطور في تفكيرهم وفي إتجاهاتهم .. وكذلك الزوار المعروفون القادمون من الخارج في زيارات طويلة أو قصيرة . فمن هم ؟ وماذا يفعلون ؟ وكيف يعيشون ؟ .. وأيضاً رجال كبار في السن يقومون بأعمال غريبة .. وشخصيات صنعتها الأحداث وأضفت عليها أهمية وبروزاً .. إلخ^(٢) .

* * *

وبعد هذا التمهيد .. نوضح أننا لن نتعرض في هذا المقام الى أنواع الأحاديث الصحفية ، التي تتصل بالأخبار البحتة ، والتي يقوم بها المنسوب الصحفي بهدف الحصول على الأخبار . كما لن نتعرض لبعض الأنواع الأخرى ، والتي قد تندرج تحت مظلة الأحاديث مثل : المؤتمر الصحفي ، أو نقل الخطب ، والندوات ، والمؤتمرات

(١) المنسوب الصحفي - مصدر سابق ص ١٦٧ و ١٦٨ .

(٢) المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٤٠ وكذلك المنسوب الصحفي - مصدر سابق ص ١٩٦ و ١٩٧ .

وأشياء ذلك ، لأن مجاله كتاب آخر إن شاء الله يتصل بالخبر الصحفي البحث ..
ولذلك سيكون التركيز في الصفحات التالية على (الحديث الصحفي الشامل) فقط ،
وخاصة فيما يتعلق بالقواعد الهامة التي يجب أن يراعيها ، الصحفي ويضعها في ذهنه
واعتباره قبل إجراء الحديث ، وخلال ، وبعده حتى يحصل على حديث صحفي ناجح .

فإن نجاح (الحديث الصحفي) يتوقف على عوامل كثيرة في مقدمتها ، شخصية
المتحدث ، وأهميته ، ومدى شهرته .. وكذلك قيمة الموضوع الذي يدور حوله الحديث
الصحفي ، ومدى إتصاله بإهتمامات القراء ، أو الإثنين معا .. وكذلك فإن إدارة دفة
الحديث الصحفي من جانب المحرر ، تحتاج إلى لباقه ، ومهارة ، وخبرة ، ومعرفة
بالإضافة إلى الإستعداد الكامل لمواجهة المتحدث والإسترسال معه في الحديث ، بحيث
ينتهي بنتائج إيجابية يتضمنها الحديث الصحفي ^(١) . والحق إنها مهمة دقيقة تلك التي
يقوم بها المحرر ، وهي تتم غالبا علي ثلاث مراحل هي : مرحلة الإعداد للحديث ..
ومرحلة إجراء الحديث .. ثم مرحلة كتابة الحديث .

أولا : مرحلة الإعداد للحديث الصحفي

تنقسم هذه المرحلة إلى عدة خطوات أهمها : إختيار موضوع الحديث .. وإختيار
شخصية المتحدث .. والصحفي وإستعداده .. وإعداد الأسئلة .. وقواعد المقابلة
الصحفية .. وطريقة توجيه الأسئلة للمتحدث .. وذلك علي النحو التالي :-

(١) إختيار موضوع الحديث : وهي أول خطوة من خطوات الإعداد للحديث . ومن
الضروري أن يراعي في هذا الإختيار ، أن يكون موضوع هذا الحديث مجارياً
للأحداث المحلية أو الدولية . وأن يرتبط بقضايا ، أو مشكلات تهم الرأي العام ،
وتمس مصالح أكبر عدد من القراء . وكما أوضحنا فيما سبق عند الحديث عن
إختيار فكرة (التحقيق الصحفي) ^(*) . فإن الصحفي لا يستطيع أن يبدأ في تنفيذ
الحديث بمجرد إختيار فكرة موضوعه ، وإنما عليه أن يطرح تلك الفكرة في إجتماع
القسم المختص بالصحيفة ، والذي يضم عدداً من خيرة الصحفيين ، لمناقشة فكرة
الموضوع ، والحصول علي موافقة المختصين لإجراء الحديث . وعلي المحرر أيضا
قبل أن يطرح فكرة موضوع الحديث للمناقشة في إجتماع القسم المختص ، أن
يكون قد درس الفكره جيداً ، وجمع المعلومات والبيانات الأولية الضرورية عن هذا
الموضوع الذي سيدور حوله الحديث . وله أن يلجأ في ذلك إلي قسم المعلومات
بالصحيفة ، حيث يوجد ملف كامل لكل موضوع من الموضوعات التي تدخل في

(١) من الخبر إلي الموضوع الصحفي - مصدر سابق ص ٢٢٩ ، ٢٣٠

(*) راجع ذلك في موضعه من هذا الكتاب تحت عنوان (إختيار فكرة التحقيق) ضمن خطوات
إعداد التحقيق الصحفي .

إهتمامات الصحيفة . فليس يشجع المتحدث علي الحديث ، إلا إحساسه بأن الذي يخاطبه متحمس لموضوعه ، عارف بأهدافه ، ملم بجوانبه ، وإذ ذاك ينسجم المتحدث مع المحرر ، وينطلق معه في الحديث .^(١)

(٢) إختيار شخصية المتحدث : وهذه الخطوة من الخطوات الأولية الهامة من خطوات الإعداد للحديث الصحفي . وتقترن مع خطوة إختيار موضوع الحديث ، وتسير معها جنباً إلى جنب . فأهمية الحديث الصحفي تزداد تبعاً لأهمية المتحدث ، ومدى شهرته . فمن المعروف أن أهم ماتنشره الصحف ، وتحرص عليه ، وترحب به ، وتُفسح صدرها له ، بهدف جذب القراء إليها وزيادة توزيعها ورواجها وسعة إنتشارها ، هي أحاديث العظماء وخاصة مايتصل بمسائل الساعة ، والمشكلات الإجتماعية ، أو السياسية ، أو الإقتصادية ، أو العسكرية الخطيرة وأمثالها ، لما تتضمنه عادة من آراء وحلول ، وإزاحة الستار والكشف عن الأسرار التي قد تكون خافية عن الرأي العام . وفيما يتعلق بالحديث إلى العظماء ، فإنه يجب علي المحرر الصحفي ، أن يعلم أن العظيم الكبير ، مثله أولاً وقبل كل شيء ، وأن يتأكد المحرر أن هذا الإنسان الذي يحتم عليه عمله الصحفي أن يتحدث إليه ، قد تكون في أغلب الأحيان أكثر حلاًماً ، وألين جانباً من أي مخلوق عادي . فعلي الصحفي ألا يتهيبه أبداً ، وأن يعتقد في قرارة نفسه ، أن مهمته كصحفي ، لا تقل عن مركز ومقام الشخص العظيم الذي يتحدث معه .

ولكن ليس معني ذلك أن الحديث الصحفي ، لا يؤخذ إلا من المشهورين البارزين في المجتمع وحدهم المعروفين لدي القراء . بل قد تكون الشخصية مازالت مجهولة ، أو من عامة الشعب ، ممن يزاولون أعمالاً يتوق القراء إلي كشف غوامضها . إلا أن المحرر الصحفي - بحكم إتصالاته وتحرياته - يحس أن لها من الآراء والأفكار ، مايصح أن يقدمها في موضوع صحفي للمناقشة ، علي أساس أنها آراء جديدة ، وفريدة في نوعها . كما قد تكون الأحداث المثيرة التي تقع لبعض المغمورين من الناس ، سبباً في الإهتمام بأحاديثهم وأقوالهم ، وخاصة حين تكون الأحاديث شيقة ، أو وثيقة الصلة بموضوع من موضوعات الساعة .^(٢)

ويجب أن يعرف المحرر الصحفي جيداً ، كيف يختار « الشخص المناسب » لإجراء الحديث معه ، القادر علي إمداده بكافة الإجابات عن أسئلته . وهو بحسن هذا

(١) المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٤١٦ ، ٤١٧ وكذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ١٩ ، ٢٠ .

(٢) من الخبر إلى الموضوع الصحفي - مصدر سابق ص ٢٢٩ وكذلك محمد صالحه وسميح أبو مغل - تاريخ الصحافة العربية ، عمان بدون تاريخ ، ص ٥١ ، ٥٤ وكذلك المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٤٠٥ .

الإختبار ، لا يوفر وقته فقط ، بل إنه أيضا يوفر وقت المتحدث . فإختيار الشخص يحتاج من المحرر إلى دراسات وتحليل لعدد من الخبراء ، الذين يعرفون عن موضوع الحديث أكثر من غيرهم ، ويعتبرون حجة فيه ، ثم يقارن بين كل هؤلاء الخبراء ، ليختار من بينهم الشخص الذى يجرى معه الحديث ، علي أساس مدي ما يمكن أن يقدمه - أكثر من غيره - من الإجابات الصالحة للنشر (١).

والعملية التالية بعد إختيار الشخص المناسب لإجراء الحديث الصحفي معه ، هي أن يهيئ المحرر للأمر عدته ، بالحصول علي أكبر قدر ممكن من المعلومات عن هذا الشخص قبل الذهاب إليه ، وذلك شرط هام في نجاح الحديث الصحفي . فعلي المحرر أن يدرس هذه الشخصية التي وقع عليها إختياره ، وأن يتعرف ما أمكنه على ميولها وصفاتها وطباعها ، وما تمارسه من هوايات وما شابه ذلك .. وكل هذا وغيره يساعد المحرر إلى حد كبير ، علي توفير معلومات يمكن أن يتضمنها الحديث ، وعلي سهولة التعامل مع الشخصية ، ومع ما سوف يحصل عليه .. وكثيراً ما يستعين المحرر الصحفي فى هذا الصدد بقصاصات الصحف الموجودة في أرشيف الصحيفة ، حيث يوجد ملف كامل لكل شخصية من الشخصيات العامة في المجتمع . كما يمكن للمحرر أن يحصل علي معلومات قيمة عن شخصية المتحدث ، من خلال الإتصال بالصحفيين الذين سبق لهم إجراء أحاديث صحفية معه ، ومن أقوال زملائه القدامى الذين زاملوه في فترة دراسته مثلاً ، ومن أصدقائه وأقربائه المتصلين به عن قرب ، للكشف عما هو مجهول في حياته ، والحصول علي قدر كبير من المعلومات الهامة وغير المعروفة عن هذا الشخص ، وكل هذا يكسب الحديث الصحفي مزيداً من الجدة والطرافة والتشويق ..

وأحياناً يصل المحرر الصحفي إلى هذا ، عن طريق قراءة الكتب التي ألقت عن هذه الشخصية ، أو الكتب التي كتبها هذه الشخصية بنفسها ، وكتابات وأعماله الأخرى ، ومن الجهة التي يعمل بها ، ومن معاجم المشاهير والكتب المتخصصة في هذا المجال ، أو الآراء التي عرفت بها هذه الشخصية في المجتمع . وكذلك قراءة أهم الأحاديث الصحفية التي سبق أن أدلي بها للصحف ، حتي يعرف المحرر طريقة تفكير هذا الشخص ، ونوع إهتماماته ، لعدم تكرار بعض الأسئلة التي سبق وأن وجهت إليه في أحاديثه السابقة . بل ويبالغ البعض في هذا المجال فيوجب علي الصحفي أن يحصل علي صورة للمتحدث ، يطيل النظر فيها ، ويتأملها ، ويدرسها جيداً قبل الذهاب إليه لإجراء الحديث معه .

(١) نفس المصدر الأول السابق ص ٢٣٠ وكذلك سيكولوجية المقابلة - مصدر سابق ص ٢١٨ .

وغنى عن القول ، أن إدراك المتحدث أن الصحفي يعرف عنه كل هذا القدر من المعلومات ، سيزيد من ثقته به ، ويفتح قلبه له ، ويقدم كل ما عنده من معلومات هامة . أو أراء قيمة حول موضوع الحديث ، فليس أحب إلى الإنسان من الشخص الذى يتتبع آثاره ، ويعرف الكثير عنه ، ويعجب به .^(١)

(٣) الصحفي وإستعداداه : بعد حصول المحرر الصحفي علي موافقة قسمه المختص بالجريدة ، علي إجراء الحديث الصحفي ، والإعداد الكافي لهذا الحديث كما سبق إيضاحه ، توجد نقطة هامة تتصل بالأمور التمهيدية لإجراء الحديث الصحفي ، وهي أن يراعي المحرر أبسط قواعد اللياقة ، فيعمل علي ترتيب المقابلة بينه وبين الشخص الذي اختاره لإجراء الحديث معه ، وذلك بإجراء الإتصال بالشخص الذي سيتم الحديث معه أو مدير مكتبه مثلاً ، لطلب إجراء المقابلة معه وتحديد موعد اللقاء إذا وافق علي ذلك . وقد يتم هذا الإتفاق عن طريق التليفون ، أو عن طريق بعض الأصدقاء ، أو الزملاء ، وإخطاره بالغرض من هذه المقابلة ، مع إعطائه فكرة عن نفسه ، وعن الجريدة التي يمثلها ، وموضوع الحديث ، والفائدة التي تعود علي القراء من المعلومات التي سيدلى بها . وكذلك إعطائه فترة مناسبة - إذا طلبها المتحدث - كي يستعد للإجابة عن كل ما يتصل بهذا الموضوع ، وتقديم الوقائع الصحيحة التي تفيد في فهم الموضوع .

وبعد الإتفاق علي موعد محدد للمقابلة ، فإنه يجب علي المحرر الصحفي أن يحافظ علي هذا الموعد ، أو يذهب قبلة بفترة قليلة .. وعلي المحرر كذلك أن يتأكد من أناقته ، ونظافته وحسن مظهره ، وهذا مما يتعلق بناحية نفسانية متصلة بالفكرة الأولى ، التي يكونها المتحدث عن المحرر بمجرد النظرة الأولى ، أو بمجرد أن يبدأ المحرر نفسه في الكلام . وذلك إستناداً علي أن الوجه والمظهر ، هما سفيراً المرء عند من يريد التعرف إليهم دائماً من الناس . وبعض المحررين يغفلون هذه الناحية النفسانية ، علي أساس أنها لا قيمة لها ، بينما الأمر بالعكس علي طول الخط ، فالمنظر العام للمحرر ، والطريقة التي يتحدث بها ، والصورة التي يقدم بها نفسه إلي المتحدث ، كل هذا يقوم بدور أساسي في الجو الذي يحيط بالطرفين أثناء الحديث . وكذلك يجب مراعاة إتيكيت الطبقة التي ينتمي إليها المتحدث ، ومعاملته بإحترام تقاليده الخاصة .

(١) المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٤١٦ وكذلك إستقاء الأنباء فيه - مصدر سابق ص ٢٥٤ وكذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ٢٠ ، ٢١ وكذلك سيكولوجية المقابلة - مصدر سابق ص ٢٨ وكذلك تاريخ الصحافة العربية - مصدر سابق ص ٥٢ .

وعند إنتهاء الحديث أو قبل بدايته - كلاهما جائز - لامانع من أن يقدم الصحفي بطاقة تحمل إسمه ، ورقم تليفونه ، وعنوانه . وهو بذلك يتيح الفرصة للمتحدث للإتصال به ، إذا ما أراد أن يدخل تغييراً بالإضافة أو الحذف إلي حديثه قبل النشر .^(١)

٤- اعداد الأسئلة : أما خطوة الاعداد المسبق للأسئلة التى يدور حولها الحديث الصحفى ، فهى ضرورية كذلك لنجاح الحديث . ومتى كان المحرر دارساً لموضوعه على النحو المتقدم ، فإنه يستطيع أن يضع الأسئلة الصحيحة التى سيتوجه بها إلى المتحدث ، فإن المحرر الصحفى الذى يذهب لمقابلة المتحدث بدون أسئلة مكتوبة ، ومعدة من قبل ، ويترك المسألة للظروف ، يجهد نفسه فى التفكير فى الأسئلة أمام المتحدث ، وقد يتوه منه الموضوع الأسمى الذى جاء من أجله ، أثناء إجراء الحديث . وقد ينحرف المتحدث إلى مجالات بعيدة عن نطاق الموضوع الأسمى . كذلك فإن المحرر قد ينسى بعض الأسئلة الهامة ، التى بدونها يظهر الحديث إلى القراء ناقصاً . إلى جانب أن الإعداد المسبق للأسئلة من شأنه أن يجعل الصحفى أكثر ثقة فى نفسه ، وأكثر دراية بموضوعه ، وعلى قدر كبير من الاستعداد للمناقشة ، والقدرة على ضبطها ، حتى لا تبتعد إلى موضوعات خارج نطاق الموضوع الأسمى^(٢) .

وعلى المحرر الصحفى أن يراعى أن تكون الأسئلة التى يقوم بإعدادها ، أسئلة إيجابية تقدم الردود عليها معلومات ، أو وجهات نظر جديدة ، وليست أسئلة سلبية تكون إجاباتها مجرد تكرار لمعلومات قديمة معروفة . كذلك يمكن للمحرر أن يرتب الأسئلة وينظمها بطريقة تتلاءم مع الشكل المرتقب للحديث . وأن يكون كل سؤال إيجابياً بالنسبة للسؤال الذى يسبقه . بمعنى أن تقدم إجاباته معلومات إضافية على ما قدمته إجابات السؤال السابق له ، حتى تكمل إجابات الأسئلة بعضها بعضاً ، وتدفع المناقشة إلى الامام ، لا أن تقف بها عند قضية واحدة ، وتترك بقية قضايا الحديث الصحفى دون مناقشة . وأن تستخرج الأسئلة أجوبة تهم القراء ، ويقود السؤال الواحد إلى غيره . وأن تكون الأسئلة واضحة دقيقة خالية من كل لبس ، أو غموض ، أو سوء فهم . وهذا مما يساعد المتحدث على أن يقدم إجابات واضحة محددة أيضاً . فلفة الحديث يجب أن تكون مفهومة من جميع القراء باختلاف فئاتهم ، وتعدد مستوياتهم الاجتماعية . وبالإضافة إلى ذلك يجب أن يتجنب المحرر - بقدر الإمكان -

(١) من الخبر إلى الموضوع الصحفى - مصدر سابق ص ٢٣١ ، ٢٣٢ ، وكذلك مدخل إلى الصحافة - مصدر سابق ص ١٦٧ ، ١٦٨ وكذلك سيكولوجية المقابلة - مصدر سابق ص ٢٢٨ ، وكذلك تاريخ الصحافة العربية - مصدر سابق ص ٥٢ .
(٢) المدخل فى فن التحرير الصحفى - مصدر سابق ص ٤١٧ وكذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ٢١ .

الأسئلة التي لا تحتمل الإجابة عنها إلا (نعم) أو (لا) ... وإنما تكون الأسئلة من النوع الذي يجبر المتحدث على الإجابة عنها بجمل كاملة ، وتتطلب معالجة أطول في الإجابة عنها ، وتحمل في طياتها معلومات مفيدة وجديدة ، ويكون ذلك حافزاً على الحديث واستمرار المقابلة في ليونة ويسر . فقد تجبر الأسئلة الإيجابية – أحياناً – على الاستطراد في الكلام دون قيد ، ولكنه يعطى في الوقت نفسه معلومات جديدة ومفيدة^(١) ... وهذه الأسئلة تتضمن الضمائر وعلامات الاستفهام ، كأن تكون مثلاً (ما هو رأيك بشأن كذا ؟ ... - كيف حدث ذلك ؟ - ماذا كانت النتيجة ؟ - من الذي كان السبب في ذلك ؟) وغير هذا من الأسئلة .

ولكن مع ذلك فإن الأسئلة التي تكون الإجابة عنها (بنعم) أو (لا) ، والتي تبدأ بكلمة مثل (هل) الإستفهامية ولا تبدأ بالضمائر كالتي سبق ذكرها ، قد يحتم الموقف ضرورة إستخدامها أو اللجوء إليها ، وذلك عندما يفشل المحرر في الحصول على إجابة محددة من المتحدث ، ويتطلب الأمر دفعه عن طريق سؤال دقيق إلى وضع لايسمح له بالمرأفة ، ويقدم فيه رأيه بوضوح تام . كأن يقول المحرر للمتحدث مثلاً (هل تؤيد هذا الموقف أم لا ؟) أو (هل شاركت في إصدار هذا القرار أم لا ؟) . وكقاعدة عامة يجب تحاشي مثل هذه الأسئلة ، لأنها تحد من إنطلاق المتحدث في الكلام ، وتجعل الصحفي هو الذي يتكلم أغلب الوقت ، مما يؤدي إلى حديث صحفي سيء ، خال من الإقتباسات ، وأقوال المتحدث ، الذي يرغب القراء في معرفة رأيه .

ثم نقبل هامة أيضاً وهي ألا يخشى المحرر من إعداد أسئلة محرجة ، أو عنيفة ، أو مشاغبة ، أو تتضمن إختلافاً أو معارضة للشخص الذي يجري معه الحديث . ولكن يشترط أن يتم ذلك بطريقة مؤدبة لائقة ، ويلزم المحرر اللباقة في صياغتها ، وتغليفها في أسلوب رقيق ، وأن يكون معه صحفياً فقط . وفي هذا الصدد يجب ألا يحاول الصحفي أن تكون الأسئلة في صيغة هجومية تثير الشك في النفوس . وألا يظهر رأيه في صياغة الأسئلة .. ويمكن أن تكون الصياغة على النحو التالي : (يقولون كذا وكذا ...) - (الناس تسأل عن كذا وكذا ...) - (ولكن البعض يعترض على هذا الرأي ويؤكدون أن الرأي الصائب هو كذا وكذا ...) . وعلي الصحفي في كل ذلك أن يحرص على ألا يقلت منه لفظ ناب ، أو يبدو منه أي تهور أحرق قد يسئ إليه وإلى سمعة صحيفته التي يمثلها . ونحن بهذا لاندعو الصحفي إلى أن يتنازل عن كرامة مهنته . كلا .. بل يجب عليه أن يحافظ على كرامته وكرامة مهنته ، بنفس الروح التي يحافظ بها على كرامة محدثه .

(١) المصدر الأول السابق ص ٤١٨ وكذلك المصدر الثاني السابق ص ٢٢ وكذلك استقاء الأبناء فن - مصدر سابق ص ٢٥٥ ، وكذلك الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١١٣ وكذلك سيكولوجية المقابلة - مصدر سابق ص ٤٧ .

ومن الضروري كذلك أن يسجل الصحفي الأسئلة في مفكرته ، قبل أن يلتقي بالمتحدث إذا كانت ذاكرته ضعيفه . والأفضل أن تكون ذاكرته قوية فيحفظ الأسئلة عن ظهر قلب ، حتي لا يضطر إلي قراءتها من الورق الذي أمامه . فإن هذا قد يعطي المتحدث إنطباعاً بأن المحرر لم يدرس موضوع الحديث جيداً . ولكن مع ذلك فإن وجود هذه الأسئلة مكتوبه مع المحرر في مفكرته وفي متناول يده ، يتيح له الرجوع إليها عند الضرورة ، وبسرعة خاطفة . وأيضاً فإن ذلك يجعل الصحفي مطمئناً واثقاً من نفسه ، قادراً علي ضبط المناقشة ، حتي لاتخرج عن الموضوع الأصلي ، كما سبق ذكره .

ومع ذلك فليس علي الصحفي أن يتقيد بالأسئلة التي يضعها مسبقاً ، ويلتزم حرفياً بها ، ويترتيبها خلال إجراء الحديث . ذلك أنها ليست إلا مرشداً له فقط . ولكل تطور في الإجابة شأن في إثارة أسئلة جديدة لم يعدةا من قبل ، ويستتبطها من داخل إجابات المتحدث نفسه . حيث يجد المحرر في إجابات المتحدث عن سؤال ما يوحى بطرح سؤال آخر وهكذا .. وقد تكشف المقابلة بطريق الصدفة عن أشياء هامة لم يكن يتوقعها الصحفي ، وتقيد كثيراً في حديثه ، وذلك بطبيعة الحال نتيجة النهج والمرونة التي يتبعها الصحفي خلال إجراء الحديث (١).

(٥) قواعد المقابلة الصحفية (٢) : يلاحظ أن بعض الصحفيين يضعون لأنفسهم قواعد ثابتة جامدة في أحاديثهم الصحفية التي يقومون بها . إلا أن هذه القواعد لا تلائم دائماً جميع الأحوال . فمن الضروري أن تكون ذات أسس مرنة ، لأن الطريقة التي يتبعها مع شخص قد لا تكون ذات فائدة مع شخص آخر . كما أن العبارات المستخدمة في الحديث مع شخص قد لا تفيد ، ولايكون لها نفس الأثر مع أناس آخرين .

وقد يظن الصحفي أنه يمكن أن يصل إلى مايريد بكثرة الأسئلة . فيمطر الشخصية التي أمامه بوابل من الأسئلة المتلاحقة ، لكي يخرج من ذلك بحديث صحفي . لكن الواقع أن كثرة الأسئلة ليست السبيل الوحيد للوصول إلى الهدف . ذلك أنه كثيراً مايمكن الصحفي من معرفة الكثير من الأمور ، ببعض التصرفات البسيطة من ناحيته . من ذلك مثلاً قدرته على الإصغاء ، والإنصات ، وتكوين أهم ما يقال . وهذه الطريقة تجعل المتحدث راغباً في الحديث والإستمرار فيه وإعطاء المزيد من التفاصيل .

(١) فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ٢٣ وكذلك تاريخ الصحافة العربية - مصدر سابق ص ٥٢ ، ٥٣ وكذلك المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٤١٧ وكذلك الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١٠٨ .

(٢) المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٤١٨ وكذلك الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١٠٩ - ١١١

كذلك فإن هذه الطريقة في الإصغاء تفيد أحياناً في الحصول علي معلومات إضافية ، وقد تغني عن مواصلة الأسئلة . فقد يجد في كلام المتحدث إجابات علي أسئلة كان ينوي توجيهها إليه ، ومما يؤخذ علي بعض الصحفيين ، أن أحدهم يطر المتحدث بوابل من الأسئلة ، ثم ينزلق الصحفي نفسه في إذاعة ما يعرفه من الأخبار والأسرار ، وينساق في الحديث إنسياقاً ينسي معه مهمته . كل ذلك والشخصية التي أتى ليأخذ منها الحديث تنصت إليه ، وقد تجد في ذلك تخلصاً من الحديث .

لكن ليس معني ذلك أن يظل الصحفي ساكناً لايتحدث ، حتي ينتهي المتحدث من كلامه ، وإنما يمكن أن يسأل المتحدث بعض الأسئلة التي تشعر المتحدث بأنه يصفي إليه ، وأنه يحاول أن يتفهم الوضع ، ويلم بأطراف الموضوع . ولاشك في أن هذه الطريقة تخدم الصحفي في الحصول علي مزيد من المعلومات ، والتفاصيل المفيدة له في حديثه . وحتى إذا كان لا يهتم الصحفي من المقابلة أكثر من إجابات علي أسئلة معينة ، فإنه لابد وأجد شيئاً جديداً ، إذا كانت له القدرة علي الإصغاء ، وإلقاء الأسئلة في الأوقات المناسبة .

كذلك يجب علي المحرر أن يشعر محدثه بالإطمئنان وأنه أمين علي سره ، فإذا حدث وتقوه المتحدث ببعض الألفاظ أو العبارات التي لايريد نشرها ، وقال إنها ليست للنشر (off record) فعلي الصحفي أن يحافظ علي هذا السر ، ولاينشر تلك العبارات مهما كان السبب .

(٦) طريقة توجيه الأسئلة ^(١) : من الأمور الهامة كذلك ، أن يعرف الصحفي الطريقة التي ينبغي أن يسلكها في توجيه الأسئلة ، خلال إجراء الحديث ، وأهمية كل سؤال بالنسبة للرأي العام . ومعروف أن السؤال الصحفي يكون عادة عن شيء يهم الرأي العام بصفة عامة ، وقراء الصحف بصفة خاصة .

لذلك يجب أن يحدد الصحفي أسئلته ، بحيث تكون داخله في هذا النطاق ، وألا تكون الأسئلة في صيغة هجومية ، أو تهكمية ، أو تثير الشك في النفوس .. ويراعي الصحفي الطريقة واللهجة التي يقدم بها الأسئلة ، بحيث تجعل المتحدث يشعر بعدي الأهمية التي يعلقها الصحفي عليه .

ويجب ألا يوجه الصحفي أكثر من سؤال إلي المتحدث في وقت واحد ، حتي لا يربك مجرى الحديث . ذلك لأن المتحدث ، حتي لو فرض أنه يستطيع أن يفكر في كل سؤال علي حدة ، ويجب عليه ، إلا أنه مع ذلك لن يكون قادراً علي أن ينظم بياناته ، بحيث

(١) الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١١٢ - ١١٤ وكذلك سيكولوجية المقابلة - مصدر سابق ص ٤٧ .

يستطيع الصحفي أن يستخرج منها الإجابات التي يريدها . لأن كثرة الأسئلة وعدم تناسقها ، تسبب إرتباكاً لبعض الأشخاص ، فيتسبب عن ذلك نوع من إختلاط الأفكار ، وعدم تنظيمها في شكل منطقي . كذلك يجب علي الصحفي أن تكون لديه القدرة علي إستيعاب مايقوله المتحدث ، حتى لا يكون مضطراً لإلقاء مزيد من الأسئلة لإدراك مدلول بعض الإجابات التي لم يفهمها .

ثانياً : مرحلة إجراء الحديث الصحفي :

وهذه المرحلة تتم علي النحو التالي :

(١) إدارة دفعة الحديث : إن الخطوة الأولى لبداية الحديث الصحفي ، والدخول في المناقشة مع المتحدث ، تعتمد علي ذكاء الصحفي وإباقته ، حيث يؤثر ذلك في طريقة سير الحديث . كما إن الإنطباع الأول الذي يأخذه المتحدث عن المحرر ، هو الذي يحدد بعد ذلك سلوكه طوال الحديث . وعلي ذلك يجب علي الصحفي أن يختار بدقة ، نقطة البدء الملائمة لموضوع الحديث وللشخص المتحدث (١).

ومن الطرق التي يمكن إتباعها في هذا الصدد ، ألا يقول الصحفي شيئاً لمحدثه بعد تقديم نفسه إليه . فإذا كان المتحدث معتاداً علي المقابلات الصحفية ، فإنه قد يقول : أعتقد أنك جئت لتحصل علي وجهة نظري بشأن كذا وكذا . وإن لم يكن المتحدث معتاداً علي التحدث للصحافة ، فإن صمت الصحفي يجعله يشعر بأن عليه أن يبدأ الحديث وإلا سبب لنفسه الخجل والرج (٢).

وقد يجعل الصحفي مدخله إلي الحديث ، بأن يتكلم عن الطقس ودرجة الحرارة ، أو يلقي بعض أبيات شعرية من قصيدة للمتحدث ، أو بعض الأقوال المأثورة عنه ، أو يتحدث عن صورة فنية معلقة علي الجدار ، أو تحفة رائعة وضعت علي المنضدة ، أو كلمة أو شعاع ، أو مثل ، أو حكمة مكتوبة علي المكتب ، أو عنوان جذاب لكتاب صدر حديثاً ضمن كتب المكتبة .

ولابأس أن يوجه الصحفي إلي محدثه عدة أسئلة عامة في بداية اللقاء . عن سر نجاحه في الحياة ، والأمانى التي حققها ، والأشخاص الذين أثروا في حياته ، والكتب التي يهتم بقراءتها . وقد لا يستفيد الصحفي من الإجابة على مثل هذه الأسئلة في حديثه الذي يجريه ، ولكن يمكنه أن يحتفظ بها في مفكرته ، فقد تنفعه في حديث آخر يجريه مع تلك الشخصية فيما بعد ، أو يضمه مادة صحفية أخرى (٣).

(١) فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ٢٩

(٢) سيكولوجية المقابلة - مصدر سابق ص ٢٩١ .

(٣) المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٤١٧ ، ٤١٨ وكذلك تاريخ الصحافة العربية

- مصدر سابق ص ٥٢

ومن الطريف في هذا الصدد ، والمفيد للصحفي في الوقت نفسه ، أن نورد هنا مذكره جلال الدين الحماصي^(١) ، حول الأساليب التي اتبعها الصحفي العربي (ناصر الدين النشاشيبي)^(*) ، للبحث عن « مفاتيح الشخصيات » التي تحكم المنطقة كجزء من عمله لدراسة نقاط الضعف في هذه المصادر ، بحيث يستطيع فتح قلوبها ، والدخول منها بسهولة إلى مستودع الأسرار ، وما تقوم به هذه الشخصيات من نشاط سياسي أو غير سياسي . فهذه المفاتيح هي جواز السفر إلى قلب الشخصية ، وعقلها وثقتها ، وبالتالي أسرارها ، وآراءها ، وأفكارها .

يقول ناصر الدين النشاشيبي مثلاً : إن نوري السعيد - رئيس وزراء العراق في العهد الملكي - يكون في أسعد حالاته النفسية ، عندما يكون موجوداً مع حفيديه وزوجة ابنه « صباح » ولذلك كان يحرص علي ألا يسأله في السياسة ، إلا إذا رآه في منزله محاطاً بأحد أحفاده ، أو بزوجة ابنه ... وأن مفتاح الدخول إلى قلب - توفيق السويدي - أحد سياسة العراق السابقين - هو الحديث عن الإقتصاد ، والبنوك ، وأسهم البنك العربي ، وبعد ذلك يبورح السويدي له بكل ما عنده من أسرار .. أما توفيق أبو الهادي - أحد سياسة الأردن السابقين - فقد كانت ابنته « سعاد » هي مفتاح أسرارها ، ولذلك كان يستعين بسعاد علي أبيها ، أو يستعين بأخبارها وقصصها ، لكي يدخل إلى قلب أبيها بلا إستئذان .. وكانت قصص الصيد والبنادق ورحلات الصيادين ، هي مفتاح الدخول إلى قلب كميل شمعون - أحد رؤساء جمهورية لبنان السابقين .. أما سلفه الشيخ بشارة الخوري ، فقد كان أديباً واسع الإطلاع ، يعتني باللفظ والعبارة ، وكانت أخبار ولده الشيخ خليل تحتل حيزاً كبيراً من قلبه . ومن هنا كان مفتاح الدخول إلى قلب الشيخ بشارة ، إما الحديث في الأدب ، أو في ولده الشيخ خليل .. وكان صالح جبر - أحد رؤساء وزارات العراق السابقين - يكره نوري السعيد ، فكان النشاشيبي لكي يرطب لصالح جبر أعصابه ، ويحصل علي الأسرار ، أن يبدأ الحديث بصب اللعنات علي نوري السعيد .. أما هاشم الأتاسي - أحد رؤساء الجمهورية السورية السابقين - فقد كان يهوي حديث الذكريات عندما كان « قائمقام تركيا » في عكا عام ١٩٣٢ وكان يعتقد أنه في ذلك المنصب قد بلغ أوج العظمة والمجد . لذلك كان النشاشيبي عندما يقابله في قصر (المهاجرين) بدمشق ، يبدأ الحديث وينتهي بذكريات عكا ، وخلال الذكريات تتسرب الأسرار .. وكان رشيد كرامي - أحد رؤساء وزارات لبنان السابقين - زميلاً للأخ الصغير للنشاشيبي في الجامعة المصرية بالقاهرة . فكان النشاشيبي لا يبدأ بالحديث معه إلا بالحديث عن أخيه الصغير .. وكان النشاشيبي

(١) في كتابه المندوب الصحفي - مصدر سابق ص ٢٦٦ - ٢٦٩

(*) ولقد عمل ناصر النشاشيبي لفترة طويلة مراسلاً متجولاً في الشرق الأوسط ، وهي من الوظائف الصحفية الكبيرة التي تسند إلى الصحفيين المجريين ، ومهمتهم التجول في المناطق البعيدة عن المركز الرئيسي للصحيفة بحثاً عن الحقائق والمعلومات ، لتغطية الأحداث الكبيرة في العالم .

يعلم أن زعيما عربيا كبيرا في دمشق يشكو من مرض معين ، فكان يحرص علي أن يمهده بأخر أخبار الأدوية لهذا المرض .. أما الملك عبد الله - ملك شرق الأردن الأسبق - فقد كان الشعر والشعراء هي مفاتيح أسرارته .

ويقول النشاشيبي كذلك : كنت أحرص علي دراسة « مزاج » الشخصية وطبيعة صاحبها .. فقد كنت أعلم أن الجنرال زاهدي - أحد رؤساء وزراء إيران السابقين في عهد الشاة - رجل عصبي المزاج ، وعندما دخلت عليه في مكتبه في شارع « سوم اسفند » بنادي ضباط الجيش الإيراني ، وحاولت أن أوجه إليه بعض الأسئلة السياسية عن الموقف في إيران ، رفض أن يجيب ، وبحث أحاوره ، وأدور ، وألف ، ولكنه بقي يرد علي بعبارة واحدة ، لأدري .. فقلت له : هل أستطيع أن أوجه إليك سؤالاً أخيراً ؟ قال : تفضل بسرعة . قلت له : كيف صحتك ؟ وقهقه زاهدي ، وإنفجرت أساريه وبدأ في حديث سياسي طويل .

ويقول النشاشيبي أيضاً : عندما كنت في مدينة برلين ، وطلبت تحديد موعد لي أقابل فيه رئيس البلدية وحاكمها - حينئذ - ويلي برانت ، قيل لي أن ذلك ممكن بشرط أن أنتظر عشرة أيام . فابترقت إلي ويلي برانت أقول له : « أنا علي موعد غداً مع مستر أولبرخت - وهو زعيم ألمانيا الشرقية حينئذ - ولا أريد أن أقابله قبل أن أقابلك ، وأفهم منك حقيقة الموقف » وبعد ساعه واحدة كنت مع ويلي برانت في مكتبه ببرلين الغربية .

وهكذا ومن مثل هذه البدايات ، يستطيع الصحفي أن يصل غالباً إلي الدخول لموضوع الحديث ، وكسر الجمود ، وإذابة الثلوج - كما يقولون - التي قد تكون بين الأشخاص الذين لا يعرفون بعضهم عند أول لقاء .

ومن المفروض في المقابلة الصحفية ، أن يكون الصحفي هو الذي يدير دفة الحديث ، وليس المتحدث نفسه . لذلك يجب علي المحرر أن يكون واثقاً من نفسه ، ومن عمله علي خير وجه ، حتي لا يصبح المتحدث هو الذي يدير دفة الحديث ، فيتكلم خارج الموضوع الأصلي ، ويعطي إجابات غير واضحة لا يفيد منها القارئ شيئاً ، وبذلك تضيع علي الصحفي فرصة الحصول علي المعلومات التي يريدونها . أو قد يؤدي ذلك إلي أن ينسي المحرر الأسئلة الهامة التي يريد معرفة الأجابات عنها ، الأمر الذي تصبح معه المقابلة لاجنوي منها . وفي مثل هذه الحالة يجب أن يكون الصحفي مهذباً مع المتحدث ، ولكنه في الوقت نفسه يجب أن يكون حازماً ، ولا يتردد عن قطع الحديث ، والحرص علي السيطرة علي المناقشة ، وسيرها في المجري الذي يريده هو وليس المجري الذي يريده المتحدث . وبالمقابل لا يجب علي الصحفي أن يقاطع المتحدث إذا كان يتكلم في صلب الموضوع ، لأن المقاطعة قد تحرمه من معلومات هامة ، أو رأي

مثير يمكن أن يقوله المتحدث إذا لم يقاطعه الصحفي ، ويدفعه إلي الحديث في نقطة أخرى^(١) .

كذلك فمن الملاحظ أن بعض المتحدثين قد يميلون في بعض الأحيان ، إلي الانحراف بالحديث إلي موضوعات جانبية لاصلة لها بالحديث ، وهنا تبرز لباقة الصحفي ومهارته في إعادة الحديث إلي خطه الأصلي ، وإمكان تحقيق ذلك بسهولة ويسر ، فمن المفيد أن يكون الصحفي قد أعد سلفاً بعض الأسئلة أو الملاحظات ، التي يمكن إستخدامها لهذا الهدف . فتكرار إعادة شرح موضوع الإستفسار الرئيسي بصياغة مختلفة يفيد في توضيحه . ومع أن المفروض أن يستمر الصحفي في إدارة دفة الحديث بتوجيه الأسئلة واحداً بعد الآخر ، وضمان عدم الخروج عن الموضوع الأصلي ، إلا أنه من المفروض أيضاً أن يكون الصحفي مستمعاً جيداً أكثر منه متحدثاً . فالخطأ الذي يقع فيه بعض الصحفيين أنهم يحاولون الإشتراك في الحديث ، لإظهار مدي معرفتهم بخفايا الموضوع ، وهذا خطأ يؤدي إلي ضياع الوقت ، وقطع أفكار المتحدث ، والخروج من الحديث بلا جديد ، سوي ما يعرفه الصحفي ، وماحاول أن يظهره من معلومات للمتحدث . وعلي المحرر أن يركز إنتباهه علي كل ما ينطق به المتحدث ، وأن ينصت إليه جيداً . وأن يكون قوي الملاحظة فقد يشير المتحدث إلي نقطة جانبية قد تكشف عن حقائق مثيرة^(٢) .

وفي بداية الحديث علي الصحفي أن يتجنب التطرق إلي الموضوعات التي يعلم أنها تثير المتحدث ، خاصة إذا كان الموضوع الذي يسعى للحصول علي قصته ، موضوعاً دقيقاً يمس الشخصية التي يتحدث معها .

وعليه أن يبدأ بالأسئلة التي يحس أن المتحدث يود الإجابة عنها دون أي تحفظ ، حتي يرسى بذلك قاعدة للتعاون مع المتحدث . وسوف يساعده ذلك ، وفي غمرتها علي المجازفة بالأسئلة التي يحتمل أن تستثير إستياء المتحدث ، كملجأ أخير بعد أن تفشل الأسئلة السابقة في جعله يدلي بالمعلومات الهامة^(٣) .

وعلي المحرر الصحفي أن يحاول بقدر الإمكان ، أن يقصر أسئلته علي القضايا الأساسية في موضوع الحديث ، وأن يحرص علي الحصول علي المعلومات الجديدة ،

(١) الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١١٥ وكذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ٣٠ .

(٢) من الخبر إلي الموضوع الصحفي - مصدر سابق ص ٣٣٢ ، ٣٣٣ ، وكذلك سيكولوجية المقابلة - مصدر سابق ص ٤٧ وكذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ٣٠ .

(٣) الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١٠٦ ، وكذلك سيكولوجية المقابلة - مصدر سابق ص ٤٧ .

والمثيرة لاهتمام القراء ، والتي تمس مصالحهم ، أو الآراء التي تكشف عن وجهات نظر جديدة ، في الموضوع الذي يجري حوله الحديث الصحفي ، وأن يبتعد النقاش عن الخوض في المعلومات غير المؤكدة ، أو الآراء غير الموضوعية ، وأن يحرص المحرر علي إبراز التميز الذي تنفرد به شخصية المتحدث ، وأن يركز علي أن تكون المعلومات والآراء مبنية علي حقائق ملموسة . فإن قيمة الحديث الصحفي في النهاية رهن بالمعلومات أو الآراء التي أدلي بها المتحدث .^(١)

ويجب على المحرر ألا يتفوه ببعض الألفاظ التي تشعر المتحدث بأنه فهم الموضوع كله ، وألم بجميع جوانبه ، لأن صدور مثل هذه الألفاظ من الصحفي ربما تجعل المتحدث يقتصد في حديثه ولا يعطي التفاصيل اللازمة ، إعتياداً علي المعلومات التي عرفها الصحفي .. وعلي العكس من ذلك فكلما تفوه الصحفي بين الحين والآخر ، ببعض الألفاظ التي تخالف هذا ، كلما كان ذلك أجدي وأنفع للصحفي . إذ أن هذا يفيد في إنطلاق المتحدث في حديثه . كذلك علي الصحفي أن يبدي تحمسه للآراء التي يبديها المتحدث ، وإهتمامه بالأمر الذي يجري الحديث بشأنه ، ويشعر محدثه بأنه سعيد للإستماع إلي وجهة نظره ورأيه ، ولكن بدون تملق أو نفاق ، ولا تبدي إعجابك بشئ لا يستحق الإعجاب ، حتي يثق بك المتحدث ويحترمك ، وبغير ذلك فإن المتحدث يحس بأنه يتحدث إلي شخص من صفاته الجمود وعدم الإهتمام ، وأن كل مايعنيه أن يحصل علي مادة لحديث خاص .^(٢)

ومن الأمور الضرورية للصحفي خلال إجراء الحديث ، الذاكرة القوية الیقظة ، فكلما كان الصحفي صاحب ذاكرة قوية ، كان ذلك مفضلاً في الأحاديث ، اللهم إلا إذا أراد المتحدث أن يتم تسجيل بعض كلامه كما هو ، أو أن تكون هناك أرقام يريد تسجيلها لتدعيم الكلام . والفكرة في هذا أن بعض المتحدثين لا يكونون ممن إعتادوا الإدلاء بأحاديث للصحف ، ويحسنون بالضيق إذ يرون الصحفي يسجل كل كلمة تخرج من أفواههم ، كما لو أن الأمر (تحقيق) أو (إستجواب) أمام هيئة قضائية أو شرطية . كذلك فإن تسجيل كل كلمة يُوجد جواً من (الرسمية) وعدم الإنسجام بين الطرفين . ويستطيع الصحفي أن يضع أوراقه وقلمه علي منضدة بجانبه ، ويمضي في الحديث من غير رسميات ، فإذا إحتاج إلي تسجيل شئ بادر إلي تسجيله بسرعة ، ثم يعود إلي مواصلة الحديث . ويجب علي الصحفي في هذه الحالة ، أن يقوم بتدوين الحديث في مفكرته بمجرد إنتهاء المقابلة ، وإذا خاتته ذاكرته في بعض النقاط ، فليس هناك ما يمنع من معاودة الإتصال بالمتحدث تليفونيا لإستكمال مافاته . أما إذا كان

(١) فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ٣٠ .

(٢) الفن الصحفي في العالم - مصدر سابق ص ١٠٧ وكذلك من الخبر إلي الموضوع الصحفي - مصدر سابق ص ٢٢٢ وكذلك سيكولوجية المقابلة - مصدر سابق ص ٤٧ .

الصحفي يحس أن ذاكرته قد لاتسعه . فهناك وسيلة يستطيع اللجوء إليها ، حيث يسأل محدثه بعد بداية الحديث مباشرة ، عما إذا كان يضايقه أن يكتب بعض الملاحظات ، فإذا كان الجواب بالنفي كان بها ، وإذا كان بالإيجاب أو كان نفياً فيه تردد ، فعلى الصحفي أن يضع قلمه جانباً ، ولا يحاول أن يجعل المتحدث يحس بالضيق (١).

فكثيراً مايؤثر تدوين الملاحظات في المتحدث الذي تُسجل كلماته ، إذ يوقظ فيه وعياً حاداً على أن مايقوله هو للنشر ، فينشأ عن ذلك أن يجئ قوله متكلفاً ومتصنعاً ، بدلاً من أن يكون مجرد حديث عادي . وعلى ذلك ينبغي على الصحفي أن يطوي ورقه ، ويخفي قلمه ، أو يغلق مسجله ، ويشحذ ذاكرته فيسجل بها الأجوبة ، أو ما يفصح عنه المتحدث من اتجاهات ومواقف . ويراقب محدثه ويصفي إليه في آن واحد . فتصرفات المتحدث ، وملابسه ، وصفاته المتميزة ، ومعالم شخصيته ، وخصائص صوته ، وتعبيرات وجهه وملامحه ، ونظرات عينيه ، وإيماءاته ، وحركاته ، وسكناته ، كل ذلك يعين الصحفي على لباس الحديث ثوباً من الحيوية يكمل ما يقال . فليست الكلمة المنطوقة هي السبيل الوحيد في هذا الصدد .. وكثيراً ما يحالف النجاح كتابة الحديث ، لا عن ملحوظات مدونه ، بل عن إنطباعات عميقة الأثر في الذهن (٢).

ومعلوم أن الصحفي إنما يثبت في أوراقه - كما قلنا - أقل قدر من المذكرات والبيانات في أثناء الحديث ، حتي لا يضيق به المتحدث . ذلك أن مهمة الصحفي الناجح ، هي أن يحصر مجهوده في تهيئة ذاكرته قبل تهيئة مذكراته ، لتستوعب الذاكرة أكثر ما يمكن من التفاصيل ، التي يبادر إلي تدوينها فور الإنتهاء من الحديث ، كما سبق إيضاحه . وإذا كان يستطيع الصحفي أن يستوثق من بعض المعلومات التي يشك فيها ، وذلك قبل الإنصراف من عند محدثه . ويجوز أن يعود عليه بالسؤال بعد ذلك ، للتأكد من هذه المعلومات أو التفاصيل متى رأى ضرورة لذلك (٣) .

(٢) تسجيل الحديث : (٤) وفيما يتعلق بتسجيل الحديث الصحفي خلال إدارة دفتته ، فهناك طريقتان في هذا الشأن ، أولاهما هي التسجيل في التوتة أو في دفتر الملاحظات أو الأوراق . وهذه الطريقة ماتزال شائعة الإستخدام في العالم ، وذلك بالرغم من أنها صعبة ومرهقة ، وتحتاج من الصحفي يقظة تامة ، ودقة متناهية ،

(١) من الخبر إلي الموضوع الصحفي - مصدر سابق ص ٢٢٢

(٢) مدخل إلي الصحافة - مصدر سابق ص ١٧٠ وكذلك إستقاء الأنباء فن - مصدر سابق ص ٢٥٥ وكذلك سيكولوجية المقابلة - مصدر سابق ص ٥

(٣) المدخل في فن التحرير الصحفي - مصدر سابق ص ٤١٩

(٤) راجع تفاصيل ذلك في كتاب فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق ص ٢١ - ٢٥

والإنصات جيداً إلى المناقشة ، وتركيز الانتباه علي أجوبة المتحدث ، حتي لا يفوته شيء هام مما يقوله ، بشرط ألا يبدفن الصحفي وجهه في أوراقه طوال الوقت ، وإنما عليه أن يحرص علي أن يظل هناك إتصال شخصي بينه وبين المتحدث .. وتتطلب هذه الطريقة من الصحفي أن يتعلم كيف يختصر كلمات المتحدث ، ويستوعب المعاني والأفكار التي يقولها في أقل عدد ممكن من الكلمات . ويُفضل أن يكتبني الصحفي بتسجيل بعض الأجزاء الهامة من الحديث أثناء اللقاء ، ثم يستكمل تدوين ما بقي من الحديث بعد أن يغادر مكان اللقاء إلى أقرب مكان ، وليكن المكتب المجاور للمكتب الذي تم فيه اللقاء ، حتى لا ينسى شيئاً مما دار بين الصحفي والمتحدث .

وفي حالة الأحاديث الصحفية التي تستغرق عدة ساعات ، فالأفضل عدم الإعتماد علي النوتة ، واللجوء إلي جهاز التسجيل ، وهي الطريقة الثانية التي تستخدم في هذا الشأن . وهذه الطريقة لم تكن مستعملة في العالم قبل ربع القرن الأخير ، وذلك لقلة أجهزة التسجيل ، وإرتفاع ثمنها ، وضخامة حجمها في ذلك الوقت . ولكن في الوقت الحاضر فإن إستخدام أجهزة التسجيل أصبح علي نطاق واسع بين الصحفيين ، ومع ذلك فإن هناك حالات كثيرة لا يرحب فيها المتحدث بإستخدام جهاز التسجيل ، حيث لا يحب تسجيل كل كلمة يتلفظ بها . وكذلك هناك البعض الذي يري أن جهاز التسجيل قد يدمر الجو النفسي الذي يكون بين الصحفي والشخصية التي يجري معها الحديث .

والصحفي الذي يفضل إستخدام جهاز التسجيل ، عليه أن يلتزم بعدد من القواعد الهامة . ومنها ضرورة التعرف علي الجهاز جيداً ، وكيف يعمل ؟ وما الذي يستطيعه ؟ وما الذي لا يستطيعه ؟ وأن يختبره قبل بدء التسجيل ، وأن يختبره عدة مرات خلال اللقاء للإطمئنان على أنه يعمل بكفاءة . وأن يأخذ معه أشرطة أكثر مما يتوقع أن يستخدم ، فمن المحتمل أن يستغرق الحديث وقتاً أكثر مما يتوقع ، وأهم مما يظن . ولا يترك نفسه للمصادفات الحرجة .. وعلي المحرر أيضاً أن يطلب إذنًا من المتحدث بإستخدام جهاز التسجيل خلال إجراء الحديث . ويتعرف عما إذا كان المكان الذي سيجري فيه الحديث مناسباً للتسجيل حتي يأتي الصوت واضحاً ونقياً . ولكي يحقق الصحفي ثقة المصدر به ، عليه أن يخبره بأنه لن يتردد في عدم إستخدام جهاز التسجيل في أي وقت يطلب فيه المتحدث ذلك ، وفي أي وقت يريد أن يدلني فيه ببعض المعلومات التي ليست للنشر . كذلك لا مانع من أن يخبر الصحفي محدثه بأنه لن يتسبب في إحداث ضجة ، أو إرباك له أو لأي شخص آخر أثناء إستخدام جهاز التسجيل . وأن لا يتردد في غلق جهاز التسجيل إذا بدأ المتحدث ينحرف إلي قضايا جانبية بعيدة عن صلب موضوع الحديث . وكذلك إذا إستقبل المتحدث مكالمة تليفونية ، أو إذا دخل أحد مكتبة أو الغرفة التي يدور فيها الحديث .

(٣) بعد الحديث^(١) : فإذا إنتهى الحديث الصحفي ، وقبل أن يغادر المحرر مكان اللقاء ، يمكنه أن يراجع مع المتحدث النقاط الهامة التي دونها علي عجل في أوراقه ، أو تم تسجيلها علي شريط التسجيل ، حتي يتأكد منها ، أو يعيد كتابة بعض النقاط التي نسي تدوينها أو تسجيلها . والمتحدث الحق أثناء هذه المراجعة ، في تصحيح أي خطأ ، أو تعديل أي معلومة ، أو فكرة ذكرها أثناء الحديث .

وإذا كان الحديث متعلقاً بأمور ذات طابع علمي أو فني ، علي الصحفي أن يسأل المتحدث ، ما إذا كان في إمكانه الإطلاع علي الحديث قبل نشره ، لتصحيح ما قد يكون فيه من أخطاء . وهذا السؤال فوق أنه يخدم موضوع الحديث ، فإن المتحدث يحس أن المحرر جاد في أن يخرج الحديث في صورة دقيقة لا تشويش فيها . إلا أن المتحدث في بعض الحالات ، هو الذي يبدي رغبته في الإطلاع علي الحديث قبل نشره . وهنا يتحتم علي الصحفي أن يحقق له رغبته مهما كانت الظروف . وحتى إذا أراد المتحدث أن يحذف من حديثه كلاماً له قيمته الصحفية ، فلا بد من إجابته إلي طلبه دون تردد .

ومن واجب الصحفي بعد كل ذلك ، أن ينون ملاحظة موجهة إلي رئيس التحرير ، أو إلي رئيس القسم المختص ، يقول فيها : « إن هذا الحديث قرأه صاحبه ووافق عليه وأقره » .. فهذه الملاحظة تطمئن رئيس التحرير وتجعله في موقف يسمح له بالإطمئنان إلي أن كل ما جاء في الحديث من معلومات ، وبيانات ، صحيح وسليم .

ثالثاً: مرحلة كتابة الحديث :

والآن وقد أصبحت مادة الحديث الصحفي تحت تصرف المحرر ، بعد أن حصل علي نص ما دار في اللقاء من الآراء ، والأفكار ، والمعلومات ، والبيانات التي أدلي بها المتحدث .. فكيف يعد الصحفي نفسه لكتابة الحديث ؟ . وكيف يكتبه ؟^(٢)

(١) التمهيد لكتابة الحديث : أما عن الشق الأول من السؤال ، فالإجابة عنه تتلخص فيما يلي : -

(١) يجب أن يراجع الصحفي بعناية نص الحديث ، أو البيانات التي إستخلصها منه ، لكي يتأكد من أنه حصل علي إجابات وافية كاملة ، عن جميع الأسئلة التي تتصل بموضوع الحديث ، وأنها ليست في حاجة إلي

(١) راجع في ذلك من الخبر إلي الموضوع الصحفي - مصدر سابق من ٢٣٣ ، وكذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق من ٢٢ .

(٢) راجع في ذلك من الخبر إلي الموضوع الصحفي - مصدر سابق من ٢٢٤ ، ٢٣٥ وكذلك فن الكتابة الصحفية - مصدر سابق - من ٢٧ ، ٢٩ .

إستكمال ، أو تفسير ، أو توضيح آخر من المتحدث . وإذا إكتشف الصحفي وجود نقص في بعض الإجابات ، فعليه أن يعمل علي إستكمالها ، حتي لو إحتاج الأمر إلى معاودة الإتصال بالمتحدث مرة أخرى كما سبق إيضاها .

(٢) هل إحتاج الحديث إلي إستكمال بعض البيانات من غير المتحدث ؟

(٣) هل البيانات الخاصة بشخصية المتحدث كاملة ؟ أم أنها في حاجة إلي إيضاها ؟

(٤) التأكد من إستكمال العناصر المساعدة للحديث ، مثل الصور ، أو الرسوم ، أو الإحصاءات ، أو الرسوم البيانية ، أو بعض الخرائط وغير ذلك من العناصر الفنية اللازمة للإخراج الصحفي للحديث .

(ب) كيفية كتابة الحديث : وبالنسبة للشق الثاني من السؤال ، وهو كيف يكتب الصحفي الحديث ؟ فإن الإجابة عنه تتلخص في الطريقة التي سيختارها لكتابة الحديث ، ومن هذه الطرق مايلي :

(١) الطريقة الأولى : أن يكون الحديث كله عبارة عن أقوال مأخوذة من المتحدث ، وينص أسلوبه ، مع بعض فقرات محدودة عن شخصية المتحدث . أي أن يأتي الصحفي بنص السؤال ، ثم يتلوه بنص جواب المتحدث ، وهي طريقة السؤال والجواب .

وإذا كان يعيب هذه الطريقة أنها صارت تقليدية في الصحافة المعاصرة ، ويحاول البعض تجنبها ، إلا أنها مع ذلك تظل أفضل طريقة عندما يُجري الحديث مع الشخصيات الهامة ، مثل : رؤساء الدول ، وملوكها ، وزعمائها ، وكبار رجال السياسة والإقتصاد والمال والأعمال ، وبالنسبة للموضوعات الحساسة ، وذلك لضمان الدقة في نقل الأقوال والآراء التي تدلي بها هذه الشخصيات الهامة ، وحتى لا يساء توليها إذا قام الصحفي بتلخيصها ، أو سردها بأسلوبه الخاص .

(٢) الطريقة الثانية : أن يكون الحديث مزيجا من الأقوال المقتبسة ، أي نص كلام المتحدث ، ومن الأقوال التي يكتبها الصحفي بأسلوب غير مباشر ، ولكنها تتضمن آراء المتحدث نفسه . وفي هذه الطريقة يأتي الصحفي بنصوص كاملة ، من الأقوال والمعلومات التي أدلي بها المتحدث بأسلوب مباشر ، ثم يتبع ذلك بتلخيص جزء من المعلومات التي أدلي بها المتحدث في أسلوب غير مباشر .

(٣) الطريقة الثالثة : أن يكرر الحديث ، خالياً من الأقوال المقتبسة ، ولكن الصحفي قد كتبه بأسلوبه الشخصي بطريقة السرد القصصي ، مقدماً به كل ماتضمنه الحديث من آراء ، وأفكار ، وإتجاهات المتحدث ، مع عمل مايشبه الإستراحة بين فقرات الحديث ، يقوم خلالها الصحفي بوصف المكان الذي تم فيه اللقاء ، أو وصف جو اللقاء ، أو إنطباعات الصحفي عن شخصية المتحدث . وبذلك لا يكتفي الصحفي بنقل مضمون ما دار في اللقاء ، وإنما يرسم صورة دقيقة له .

والطريقتان الثانية والثالثة ، هما أنسب الطرق لكتابة الحديث ، لأن ذلك يعطي للصحفي فرصة الحركة في الحديث ، وإعطاء القارئ صورة شخصية المتحدث ، والجو الذي دار فيه الحديث . أو بمعنى آخر نقل القارئ من صورة جامدة تمثلها الطريقة الأولى ، إلى صورة حية تمثلها الطريقتان الثانية والثالثة .. وفي كل هذه الطرق ، يجب علي الصحفي ألا يبرز نفسه ، أو شخصيته في الحديث ، أو يضيف كلاماً من عنده لم يذكره المتحدث ، أو أن يتخذ من نفسه محوراً للحديث عند كتابته . ذلك لأن القارئ إنما يركز تفكيره في المتحدث ، وما أدلي به من معلومات وآراء ، وليس في الصحفي .

والطريقتان الأولى والثالثة : تكتب كل منهما وفق قالب الهرم المعتدل .. أما الطريقة الثانية ، فتكتب وفق قالب الهرم المعتدل المتدرج ، الذي يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة ، نتيجة المزوجة بين فقرات التلخيص لجانب من جوانب الحديث ، بأسلوب الصحفي ، وبين فقرات الأقوال المقتبسة من نص تصريحات المتحدث المتعلقة بموضوع الفقرة الملخصة ، وذلك لشرح معناها ، أو لتأكيد هذا المعني في ذهن القارئ ، أو لإضافة معني جديد ، وفي كل هذه الطرق الثلاثة ، لابد أن يتكون الحديث من ثلاثة أجزاء هامة هي : المقدمة ، والصلب ، والخاتمة ، وذلك علي النحو التالي : (١)

(١) مقدمة الحديث : وهي من أهم أجزائه ، وتعد القارئ وتهيئة لقراءة الحديث . وهي عادة تتكون من عدة فقرات تتضمن في الأصل « جوهر » الحديث ، والنقطة الهامة التي أثبتت فيه .

وواحدة من فقرات هذه المقدمة يجب أن تتضمن تقديم خلفية عن شخصية المتحدث ، من حيث قيمته ، وحياته ، ونشاطه العام . وهذا التقديم ضروري وهام ، لأنه يوضح للقارئ أهمية المتحدث وتخصصه بالقياس إلى موضوع الحديث ، وأهليته للكلام في هذا المجال أفضل من غيره . ويساعد القارئ علي فهم المتحدث من جهة ، وكذلك يهيئ جواً من المعرفة بين القارئ وصاحب الحديث من جهة أخرى .

(١) المصدر الأول السابق ص ٢٣٥ ، ٢٣٦ وكذلك المصدر الثاني السابق ص ٥٨ وكذلك مدخل إلى الصحافة ، مصدر سابق ص ١٧٤ وكذلك كتاب دراسات في فن التحرير الصحفي (للمؤلف) ص ١٩٩ ، ١٠٩ .

وفقرة ثانية من فقرات المقدمة ، يوضح فيها الصحفي إلي القراء القصد من الحديث ، والغاية منه . فقد يكون في بيان الأسباب لفت نظر القارئ إلي أهمية موضوع الحديث .

وكذلك فقرة ثالثة من فقرات المقدمة ، قد تصف المكان الذي تم فيه اللقاء ، أو تصور جو المناقشة التي سادته ، أو تحكي قصة هذا اللقاء ... الخ .

ويختلف ترتيب فقرات المقدمة السابق بيانها من حديث إلى آخر ، ففي بعض الأحاديث قد يكون الشخص هو الأهم . وهنا يأتي تقديمه في الفقرة الأولى . وفي البعض الآخر قد يكون موضوع الحديث هو الأهم ، وعلى هذا يجب أن يختار الصحفي من مضمون الحديث أهم ما فيه ، لوضعه في أول فقرات المقدمة . وقد يأتي توزيع الخلفية عن شخصية المتحدث ، أو عن موضوع الحديث ، أو مكان اللقاء وقصته ، في أماكن متفرقة من الحديث ، لإضفاء الحيوية عليه ، ودفع السامع عن القارئ ، وجذبه للاستمرار في القراءة .

(٢) صلب الحديث : وما يأتي بعد المقدمة ، أي صلب الحديث ، فإنه يتوقف على الطريقة التي اختيرت لكتابة الحديث . فإذا كانت طريقة السؤال والجواب ، فالأمر لا يحتاج إلى عناية كبير . أما إذا كانت إحدى الطريقتين الثانية ، أو الثالثة ، فإن مهارة الصحفي اللغوية ، تقوم بدور هام في طريقة تقديم السؤال وجوابه ، وإحاطة ذلك بإطار من الوصف الذي ساد جو الحديث ، خلال طرح السؤال والحصول على الجواب .

فالصحفي - علاوة على الأجوبة التي حصل عليها وبدونها في مذكراته أو ذاكرته - عليه أن يستعين عند كتابة الحديث ، بملاحظاته التي سجلها أيضاً عن الحركات الطبيعية التي قام بها المتحدث ، كأن يقول مثلاً :

- والتفت محدثي نحو النافذة ، وتطلع إلى الأفق ، وسكت لحظات ثم قال :

- نهض وأخذ يذرع الغرفة جيئة وذهاباً بينما كان يقول ...

- واتجه نحو مكتبته وتناول منها أحد الكتب ، وسألني هل قرأت هذا الكتاب ؟ ثم فتح صفحة منه وأملى علي عبارة بالنص هي

ويمضي صلب الحديث في أجزائه الباقية بنفس الصورة ، وبذلك يكون الصحفي قد أعطى القارئ صورة حيوية ، ناطقة عن الشخص الذي قابله ، والجو الذي ساد اللقاء ... إلخ ولقد رأينا كيف دبت الحياة في الحديث ؟ وكيف سمعنا صدى صوت المتحدث ؟

(٣) خاتمة الحديث : ولا بد للحديث الصحفي من خاتمة ، وقد تكون غالباً عبارة عن تلخيص مضغوط لأهم الآراء ، والأفكار ، والمعلومات التي أدلى بها المتحدث ... وقد

تكون فى صورة سؤال مفتوح موجه إلى القراء ، إذا كان الحديث يتضمن موضوعاً مطروحاً للبحث العام ... وقد يرى الصحفى فى أقوال المتحدث جملة قوية ذات فاعلية وأثر ، فيختارها ليختتم بها الحديث .. وقد يبقى الصحفى سؤالاً هاماً ، وإجابته القوية ، فيجعلها فى نهاية الحديث ... وقد تحتوى الخاتمة على تقييم الصحفى لأقوال المتحدث ... وقد تحتوى على انطباعات الصحفى عن شخصية المتحدث .

وفى هذه الحالات وغيرها ، فإنه يتحتم ، ألا تقل الفقرة الختامية أهمية عن أهمية المقدمة ، باعتبارها آخر ما يبقى منطبعاً فى ذهن القارئ ، بعد الانتهاء من قراءة الحديث . حيث أنها تعطى الانطباع الأخير الذى يتركه الحديث عند القارئ ، عن موضوعه ، وعن شخصية المتحدث ، وقيمة الآراء التى جرت على لسانه ... الخ ، كما يجب أن تكون الخاتمة قوية قوة المقدمة ، وواضحة ، وغير مسرفة فى الطول ، حتى لا تفقد تأثيرها . وأن تستمد طبيعتها من الحديث الصحفى نفسه ، وتكون منطقية معه ولا تلصق به كذييل مفروض عليه .

* * *

وفى ختام هذا الفصل وبعد الانتهاء من الحديث عن فنون المادة التى تنشرها الصحف ، من جرائد ومجلات ... نجد أنه من المفيد الحديث باختصار ، عن ترتيب الأهمية لهذه الفنون الصحفية الأربعة فى كل من الجريدة والمجلة ..

ومن المعروف أن الوظيفة الأولى للجريدة اليومية ، هى متابعة الأحداث الجارية ، فى حين أن الوظيفة الأولى للمجلة هى تفسير الأحداث ، والكشف عن أبعادها ، ودلالاتها ، وخلفياتها .

وترتيباً على ذلك فإن الخبر الصحفى يحتل المرتبة الأولى فى أولويات الأهمية فى الجريدة ، بينما تتراجع أهميته فى المجلة إلى المرتبة الرابعة ، بعد التحقيق ، والحديث ، والمقال ... وذلك لأن المجلة لا تستطيع أن تجارى الجريدة فى مجال التغطية الاخبارية اليومية للأحداث الجارية ، ولا تستطيع أن تسايرها فى الانفراد الصحفى فى هذا المجال .

ويحتل المقال الصحفي المرتبة الثانية في ترتيب الأهمية بالجريدة بعد الخبر مباشرة ، في حين يحتل المقال المرتبة الثالثة في المجلة بعد التحقيق ، والحديث .

وبالنسبة للتحقيق الصحفي فإنه يحتل المرتبة الثالثة في الجريدة بعد الخبر والمقال ، بينما يحتل المكان الأول في ترتيب الأهمية في المجلة ، وذلك لأن الإصدار الأسبوعي للمجلة يمكنها من التفوق في مجال التحقيق الصحفي ، حيث يتاح لها الوقت الكافي لحشد المعلومات والبيانات اللازمة لشرح ، وتفسير الأسباب ، أو العوامل السياسية ، أو الاقتصادية ، أو الاجتماعية ، أو الفكرية التي تكمن وراء القضية ، أو المشكلة ، أو الفكرة ، أو الظاهرة التي يعالجها التحقيق .

أما الحديث الصحفي فإنه يحتل المرتبة الرابعة في ترتيب الأهمية في الجريدة بعد الخبر والمقال والتحقيق ، في حين يحتل الحديث المرتبة الثانية في المجلة بعد التحقيق الصحفي مباشرة .

* * *

الفصل الخامس

وظائف الصحافة (*)

يتضمن هذا الفصل الحديث عن أهم وظائف الصحافة، وأهم مميزات وسليبياتها .

* * *

إن الصحافة لها أهمية كبيرة في المجتمع ، وتأثير خطير في حياة الأمم ، وهي أيضا في وضعها الصحيح رسالة ترتبط بمبدأ ، وبخطة أساسها حق الشعب ومصلحته . ويربط الشعب بحياته الداخلية وبما يجري من حوله في بيئته المحلية وفي العالم كله . وبخاصة النواحي والاتجاهات التي تتصل بحياته وتؤثر فيها .

وانطلاقا من ذلك نجد أن الصحافة لها وظائف عديدة ، تؤديها للمجتمع ... وقد نمت تلك الوظائف وزادت ، بتعدد المراحل التاريخية التي مر بها المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة ، حيث تضيف كل مرحلة تاريخية وظائف جديدة للصحافة ، تلبي احتياجات التطور ، الذي يحققه المجتمع خلال هذه المرحلة التاريخية ومن أهم وظائف الصحافة ما يلي :

أولا : وظيفة الاعلام ونشر الأخبار : أو مراقبة البيئة والتعرف على الظروف المحيطة بها .. وقد برزت هذه الوظيفة ، مع ظهور الصحافة المطبوعة في غرب أوروبا ، في نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر ، حيث كانت تلك الصحافة تقتصر على نشر الأخبار فقط دون التعليق عليها . وبذلك تكون الصحافة قد ظهرت في البداية لتؤدي وظيفة أساسية واحدة هي نشر الأخبار ، وإعلام الناس بما يهمهم ، ويتصل بحياتهم العامة والخاصة ، سواء في مجتمعهم الداخلي أو المجتمع العالمي . وهذا هو المعنى الذي أراده بعض رجال الإعلام حين عرف الصحيفة الجيدة ، بأنها أمة تتحدث عن نفسها .

(*) مراجع هذه الجزئية هي : فاروق أبو زيد / مدخل إلى علم الصحافة / (القاهرة - عالم الكتب ١٩٨٦) ص ٥٨ وما بعدها . وكذلك وسائل الاتصال / مرجع سابق ص ١٨١-١٨٣ وكذلك إجلال خليفة / الصحافة .. (القاهرة ١٩٧٦) ص ٦ وما بعدها . وكذلك على عجوة وآخرون / مقدمة في وسائل الاتصال (جدة - مكتبة مصباح - الطبعة الأولى ١٩٨٩) ص ٢٣٦-٢٣٨ وكذلك صليب بطرس / إدارة الصحف (القاهرة - الهيئة العامة للكتاب ١٩٧٤) ص ٨٥-٨٨ وكذلك دراسات في آفاق الصحفي - مرجع سابق ص ٥٧ وما بعدها .

ويرجع سبب بداية الصحافة خبرية ، إلى أن ظهور الصحافة المطبوعة قد عاصر تحول المجتمعات في غرب أوروبا ، من النظام الإقطاعي إلى النظام الرأسمالي ، وظهور الطبقة البورجوازية(*) التي قامت في مرحلتها الأولى على النشاط التجاري ، والتاجر محب للاستطلاع ، والوقوف على أخبار غيره من التجار المنافسين في السوق ، وذلك بحكم مهنته القائمة على أساس التبادل والتعامل بينه وبين الناس . وقد لبث الصحف المطبوعة منذ نشأتها ، حاجات الطبقة البورجوازية النامية ، من أخبار التجارة ، والمال ، وتغيرات السوق ، حيث لم تعد النشرات الإخبارية المنسوخة - التي كانت تقوم بتلك المهمة قبل الصحافة المطبوعة - تسعف في مثل هذه الأمور . فقد أمكن عن طريق الصحف الخبرية المطبوعة ، نشر عدد أكبر من الأخبار ، وفي عدد كبير من النسخ . وهو الأمر الذي جعل الأخبار تصل إلي أكبر عدد من الناس . وقد ساعد إنشاء الخدمات البريدية على سرعة وصول الصحف الخبرية إلى المشتركين ، وكذلك سرعة وصول الأخبار من مختلف الأماكن إلى البلد الذي تصدر فيه الصحيفة تمهيداً لنشرها .

ولقد تكررت الظاهرة الأوروبية في الوطن العربي ، حيث نشأت الصحافة العربية أيضاً صحافة خبرية ، فأول صحيفة صدرت في الوطن العربي هي (الوقائع المصرية) التي أصدرها محمد علي باشا إلى مصر عام ١٨٢٨ - كما سبق ذكره - وكانت منذ بدايتها - ولفترة طويلة بعد ذلك - صحيفة خبرية تكتفي بنشر أخبار الدولة وأوامرها وتعليماتها لكبار الموظفين وللجمهور ... وكذلك كان الأمر مع الصحف الأولى التي صدرت في بقية البلاد العربية ، حيث بدأت جميعها إخبارية . وذلك لتلبية لاحتياجات الحكومة القائمة في ذلك الوقت ، لتوصيل أخبارها ، وأوامرها وتعليماتها إلى موظفيها وشعوبها .

وبالنسبة للصحافة الحالية ، فتوجد منافسة ملموسة في هذه الوظيفة وهي تقديم الخبر الجديد ، وعدم تأخير نشر حصول حدث ما ، نظراً لأن الراديو - على سبيل

(*) كلمة بورجوازية ، أطلقت أصلاً على سكان المدن الفرنسية ، وعممت فيما بعد بحيث أصبحت تطلق على الطبقة الوسطى في جميع البلاد . وتنصرف الكلمة بمعنى عام على المتوسطين من التجار والملوك وأصحاب الأسهم والسندات وأصحاب المهن الحرة من المحامين والأطباء والمهندسين . وقد لعبت تلك الطبقة في أوروبا دوراً خطيراً في القضاء على النظام الإقطاعي ، ومقاومة فكرة الحق الإلهي للملوك ، وإرساء قواعد الحكم على أساس الدستور والمساواة بين الأفراد ، والنظام النيابي . وتعتبر الثورة الفرنسية وما صاحبها من إعلان حقوق الإنسان مظهراً لقوة هذه الطبقة . واكتسبت كلمة بورجوازية دلالة خاصة لدى الماركسيين الذين تنصرف عندهم إلى الطبقة الرأسمالية التي تملك أدوات الإنتاج تمييزاً لها عن طبقة البروليتاريا أو طبقة العمال الذين لا يملكون ويعتمدون على كدهم في كسب عيشهم (راجع الموسوعة العربية الميسرة / مرجع سابق ص ٤٢٩) .

المثال - يمكنه الإذاعة مباشرة ، دون انتظار لعمليات معقدة فى الإنتاج مثل الصحيفة . ولكن يظل للصحيفة - بما لها من إمكانيات أيضا تتمثل فى الوقت والمساحة - القدرة على أن تقدم الأخبار الأكثر تفصيلا . والإجابة على عدد من التساؤلات التى قد يثيرها القارئ ، أثناء استماعه للأخبار فى الأوقات المحددة لإذاعتها .

ثانيا : وظيفة الشرح والتفسير والتوعية والتثقيف والتأثير فى الرأى العام :

ظهرت هذه الوظيفة الثانية للصحافة ، إلى جانب وظيفتها الأولى السابقة ، نتيجة لما شهدته المجتمعات الأوروبية من تطور هائل فى أبنيتها الاجتماعية ، وفى أنظمتها السياسية ، وذلك فى الفترة التى تمتد من نهاية القرن الثامن عشر ، والنصف الأول من القرن التاسع عشر ، فقد أخذت الطبقة البورجوازية تستكمل سيطرتها على الحياة الاجتماعية ، والاقتصادية ، والسياسية ، والثقافية . وقد ارتبط ذلك بتحولها إلى بورجوازية صناعية . وقد تسلحت البورجوازية فى معركة صمودها بالدعوة إلى الديمقراطية السياسية ، وحرية الفكر ، والقول ، والتعبير ، والإجتماع ، والخطابة ، وحرية النشاط الاقتصادى .

وقد احتاجت هذه الفلسفة فى سعيها لإحكام سيطرتها على الفكر الأوروبى ، إلى أداة تمكنها من تغيير المجتمعات الأوروبية ، وتحطيم بقايا الفكر الاقطاعى . وكانت الصحف أداة جاهزة لأداء هذه المهمة . وأفسحت صفحاتها للرأى بجانب الخبر ، وظهر المقال الصحفى ، وألوان أخرى من فنون الكتابة الصحفية الملائمة للترويج للفلسفة الجديدة . وبدأت الصحافة بالتدريج فى التأثير على الرأى العام ، وذلك بما تنشره من مناقشات حول القضايا والمشكلات التى تشغل أذهان الناس .

وبذلك أصبح للصحافة وظيفة ثانية ، لانتقل أهمية عن وظيفة الإعلام ونشر الأخبار . وهى وظيفة التوعية والتثقيف والتأثير فى الرأى العام . وقد نمت هذه الوظيفة الجديدة للصحافة وتطورت ، حسب تطور الصراع الاجتماعى والسياسى فى المجتمعات الأوروبية . ويمكن اعتبار قيام الثورة الفرنسية بداية التاريخ الحقيقى لصحافة الرأى ، أو لاحتلال الرأى مرتبة الوظيفة الثانية للصحافة . فقبل الثورة الفرنسية - حيث سيطرت الصحافة الخبرية - كان ينظر إلى الصحافة من جانب النخبة المثقفة ، نظرة عدم تقدير ، وعدم احترام . وقد حدث العكس تقريبا بعد الثورة ، حيث تغيرت نظرة المثقفين إلى الصحافة ، وأصبحت نظرة احترام وتقدير ، حتى إن عددا كبيرا من المثقفين الفرنسيين قام بإصدار الصحف للتعبير عن أفكارهم .

وفى الوطن العربى ، ظلت الصحافة خبرية ، حتى نشأت الصحافة الشعبية ... ففى مصر مثلاً عرفت الصحافة وظيفه التوعية والتثقيف والتأثير فى الرأى العام ، يظهر الصحف الشعبية فى عصر الخديوى اسماعيل ، مثل صحف : وادى النيل ، وروضة الأخبار ، والأهرام ، ومصر والتجارة الخ ، وجاء ذلك انعكاساً للنهضة السياسية والفكرية التى شهدتها البلاد فى تلك الفترة ، حيث بدأت تتكون فى مصر منذ ثلاثينيات القرن التاسع عشر طبقة مثقفة أخذت تلعب دوراً مؤثراً فى شئون البلاد ، ومنهم رفاعة رافع الطهطاوى ، الذى قاد حركة التنوير المصرى ، وتلمذ على يديه الجيل الأول من كتاب الرأى فى الصحافة المصرية ، أمثال عبد الله أبو السعود ، الذى أصدر صحيفة (وادى النيل) ومحمد أنسى الذى أصدر صحيفة (روضة الأخيار) . وجاء بعدهم الجيل الثانى من كتاب الرأى فى الصحافة المصرية ، الذين اتفقا حول السيد / جمال الدين الأفغانى ، فى نهاية عصر اسماعيل ، من أمثال الشيخ محمد عبده الذى تولى رئاسة تحرير (الوقائع المصرية) . وعبد الله النديم الذى أصدر صحف (التكتيك والتبكيك - والطائف - والاستاذ) . وكذلك يعقوب صنوع الذى أصدر جريدة (أبونظارة) فى مصر ثم انتقل بها بعد ذلك إلى باريس .

ثالثاً : وظيفة الإعلان^(*) وتقديم الخدمات التسويقية :

ظهر الاعلان فى الصحف منذ نشأتها ، ولكن لم يتحول إلى وظيفة هامة من وظائف الصحافة إلا فى حوالى منتصف القرن التاسع عشر ... فقد ظلت الصحافة فترة طويلة تنشر الاعلان باعتباره (نصائح Advices) ولم تستخدم كلمة الاعلان (Advertisement) بمعناها المألوف الآن إلا منذ عام ١٦٥٥ أى فى النصف الثانى من القرن السابع عشر ، وكانت إعلانات متواضعة عن الكتب والأدوية والشاى والبن والشيكولاتة والأشياء المفقودة ، والصبيان الصناع الهاريين ، وغير ذلك .

ومن الأسباب التى عاقت الصحافة عن التوسع فى نشر الاعلانات ، وأصابها الاعلانات الصحفية بضرية شديدة ، هو استخدام الحكومات أسلوب فرض الضرائب على الإعلان ، ليس بقصد زيادة الموارد المالية للدولة ، ولكن بهدف الحد من نمو نفوذ الصحافة ، وكبح جماحها كوسيلة من وسائل المعارضة ... ففى إنجلترا مثلاً ، فرضت ضريبة دمغة قدرها ١٢ بنساً عن كل إعلان فى عام ١٧١٢ وظلت هذه الضريبة مفروضة حتى تم إلغاؤها فى عام ١٨٥٣ .

وعلى الرغم من فرض هذه الضريبة فقد ازدهرت الإعلانات الصحفية فى القرن الثامن عشر ... ففى سنة ١٧٥٨ كتب صمويل جونسون يقول : « لقد أصبحت

(*) راجع تفاصيل موسعة عن (الإعلان) ضمن إطار المطلب الثالث ، من المبحث الأول ، بالفصل الثالث من هذا الكتاب .

الاعلانات فى الوقت الحاضر من الكثرة بحيث لم تعد تلفت النظر ، وأصبح من الضرورى - تبعاً لذلك - أن تكون عبارتها قصيدة ، ومدعاة للاحترام ، وإثارة المشاعر ، وأن تحمل الاعلانات بشير النجاح .

ونتيجة للتطور الاقتصادى فى المجتمعات الأوروبية ، وخاصة بعد الثورة الصناعية ، أخذت أهمية الإعلان تزداد فى الصحف ، حيث أدت هذه الثورة الصناعية إلى زيادة الإنتاج زيادة كبيرة ، بحيث احتاج الأمر إلى الإعلان للمساعدة فى تصريف هذا الانتاج ، فعن طريق الإعلان يعرف جمهور المستهلكين طريقه إلى السلعة المطلوبة ، ويؤدى هذا بالتالى إلى التقدم الاقتصادى للبلاد ، وذلك فى حالة قيام الاعلان بمهمته الاعلانية الصادقة ، دون محاولة غش جماهير المستهلكين بإعطاء السلعة صفات لا توجد فيها . فالاعلان الناجح يؤدى بالتالى إلى زيادة الاستهلاك ، وتحسن الخدمة الاستهلاكية . والخدمات الأمنية التجارية الصادقة تعمل على كسب ثقة المستهلكين تجاه القدرة الانتاجية للمؤسسات ، وهذا يؤدى بدوره إلى ترويج إنتاجها من السلع ، ورفع مستوى هذا الانتاج .

رابعاً : وظيفة التسلية :

لقد برزت التسلية كوظيفة هامة للصحافة ، نتيجة لظهور صحافة التوزيع الكبير ، والانتشار الواسع ، بسبب زيادة إيرادات الصحف من الإعلان ، الذى أدى إلى تخفيض سعر بيعها للقراء ، وتخفيض قيمة الاشتراك فيها .

وقد أحدث هذا التطور تغييراً كبيراً فى محتوى الصحف ، ودفعها المنافسة فى جذب أكبر عدد من القراء إلى استحداث مواد صحفية جديدة ، تستهدف تسلية القراء وإمتاعهم ، وتجعلهم يقبلون على الصحيفة . وإذا نظرنا إلى المطالعة وجدنا أنها تسلية فى حد ذاتها . وقد تبين من استبيان أجرى على عينة من قراء الصحف أن ٩٠ ٪ منهم يطالعونها . من أجل قضاء الوقت والاسترخاء ، كما تعمل الصحافة إلى جانب ذلك على تسلية قرائها بالمسابقات ، والألغاز ، والأحاديث ، والتحقيقات الصحفية ، والأخبار الطريفة ، والفكاهات وغيرها ، فإنسان اليوم وهو يؤدى أعماله التى تسير على وتيرة واحدة صباحاً ومساءً ، لا شك فى حاجة إلى من يأخذ بيده ليعده عن الرتابة المملة ، ومن أرهاق العمل والجهد الذهنى إلى الراحة النفسية . فالقارئ الآن لم يعد يرضى بالخبر أو بتفسيره ، أو بالرأى فقط ، بل يطلب إلى جانب ذلك الترفيه عن نفسه ، وبهذا الترفيه يتجدد نشاطه ، ويعود إلى استئناف عمله بهمة ونشاط .

والتسلية والترفيه البرئ مطلب إنسانى طبيعى وأساسى فى حياة الأفراد والجماعات والشعوب ، لأن الانسان يمل من استمرار الجد . ولأجل هذا عنى الإنسان بتلبية هذا الجانب .. ولكن الواجب نشر الحد المعقول من هذا اللون ، حتى لا يطفى

على غيره من المواد الإخبارية الثقافية والتعليمية وغيرها ، مما يفيد القراء ويكون الرأى العام الراشد ، كما ينبغي أن يؤخذ به داخل إطار من الأخلاقيات السليمة والأصول الثقافية الصحيحة . وبدون تعارض مع الجوانب الجادة والمثل والقيم الصحيحة ، أو على حسابها . وإذا كانت الجوانب الجادة فى الحياة الاجتماعية هامة ، وكانت الجوانب الخفيفة فى الحياة الاجتماعية هامة كذلك ، فإن التوازن بينهما يمثل مطلباً أساسياً ويحتل مكانة هامة .

خامساً : وظيفة تسجيل وقائع الحياة لتكون مصدراً للتاريخ :

وبمرور الوقت ، ويتعدد وظائف الصحافة ، وتتوزع أغراضها ، وشمول مادتها لغالبية أوجه النشاط الانسانى ، صارت الصحافة تقوم بوظيفة أخرى ، هى تسجيل وقائع الحياة الاجتماعية ، وبالتالي صارت مصدراً من مصادر التاريخ .

فلقد شهد الربع قرن الأخير ما يمكن تسميته بثورة المعلومات ، التى تجاوزت كل توقعات المؤرخين ، ولم يعد فى قدرة الكتاب المطبوع بشكله المعروف ، أن يلبي حاجة المؤرخين إلى رصد الوقائع التاريخية المتلاحقة ، وهو الدور الذى نجحت الصحافة فى القيام به ، حيث تقدم الجريدة اليومية للمؤرخ وقائع الحياة الاجتماعية فى حركتها اليومية ، وتقدم المجلات الأسبوعية تلخيصاً لهذه الوقائع وتحليلها ، والكشف عن أبعادها ودلالاتها ، وهكذا باقى النوريات حسب فترات صدورها ...

والصحافة كمصدر للتاريخ تقوم بعمليتين : أولهما رصد الوقائع ، وتسجيلها ، وتصنيفها ، والاحتفاظ بها للأجيال القادمة كى تصير أحد مصادر التاريخ . وثانيتهما القيام بقياس الرأى العام ، وآراء الجماعات ، والتيارات المختلفة ، آراء وقائع أو قضايا تاريخية مهمة .

سادساً : وظائف أخرى :

وتمارس الصحافة إلى جانب تلك الوظائف السابق عرضها . وظيفه المنظم فى الهيئة الاجتماعية ، فالمواظبة على قراءة الجرائد والمجلات والنوريات ، تساعد على إدماج الفرد فى الهيئة الاجتماعية . ذلك أن قراءة الجريدة هى نوع من الحوار مع العالم ، وتحطيم عزلة الفرد ، وهى فعل من أفعال المشاركة .

كما تقدم الصحافة العديد من الخدمات العملية لقرائها ، بمساعدتهم على تنظيم استخدام أوقاتهم بتسهيل أعمالهم اليومية ، وببذل النصيح فيما يختص بنشاطهم الفردى ، ووظيفة تقديم المعلومات تعتبر أساسية فى مجتمع تزيد ظروف الحياة فيه من تعقيد الروابط بين الفرد والجماعة ، وتؤدي هذه الخدمات أبواب : حالة الطقس ، ومواعيد وصول الطائرات وإقلاعها ، ووصول السفن وإبحارها ، والنصائح المتنوعة ، وتسعيرة المواد الغذائية ، والصيدليات المنوية ليلاً ، وأوقات الصلاة ، ومفاتيح الاتصال بمختلف دول العالم ... الخ .

وجدير بالذكر أن ظهور وظيفة جديدة للصحافة ، فى مرحلة تاريخية معينة ، لا يلغى الوظائف التي عرفتھا الصحافة فى مراحل تاريخية سابقة . كما أن التطور فى وظائف الصحافة حسب التطور التاريخى لم يقتصر على ظهور وظائف جديدة للصحافة فقط ، وإنما يشمل أيضا ظهور مجالات جديدة للوظيفة الواحدة نفسها . وعلى سبيل المثال فإن وظيفة التثقيف التي ظهرت فى المرحلة الثانية من التطور التاريخى للصحافة ، اقتصر فى مرحلتها الأولى على القارئ العادى ، الذى كان - ولا يزال - يحصل على ثقافته من خلال ما تنشره الصحف من معلومات حول مجالات النشاط الانسانى المختلفة ، كالسياسة ، والاقتصاد ، والاجتماع ، والأدب ، والفن ، والفكر . ولكن فى مرحلة تاريخية لاحقة تطورت وظيفة التثقيف ، بحيث شملت أيضا القارئ المثقف ثقافة عليا أو متخصصة ، والذى كان يعتمد على الكتاب فى تحصيل ثقافته وذلك إلى جانب القارئ العادى .

فقد أصبح القارئ المثقف أو المتخصص ، يحصل حالياً على ثقافته أيضا من الصحف والمجلات المتخصصة الشهرية أو الفصلية أو السنوية . وهى صحف تتابع نشر أحدث الأبحاث ، والدراسات الجديدة ، التي وصل إليها التطور فى كل تخصص ، وقد انتشرت تلك الصحف المتخصصة بحيث صارت تغطى معظم مجالات النشاط الانسانى المعاصر . فهناك مثلاً صحف تتخصص فى الطب ، وأخرى فى الهندسة ، وثالثة فى القانون ... وهكذا . وبمرور الوقت يزداد التخصص الدقيق لهذه الصحف ، فلم يعد يكتفى بمثلها بصحف متخصصة فى الإعلام بشكل عام ، وإنما صارت هناك صحف متخصصة فى الصحافة ، وأخرى فى الإذاعة ، وثالثة فى التلفزيون ، ورابعة فى الكتاب . وهكذا يتم الأمر فى بقية مجالات النشاط الانسانى المتعددة .

* * *

وبعد أن تحدثنا عن أهم وظائف الصحافة ... فمن المستحسن أن نتعرض أيضا للحديث عن أهم مميزات الصحافة ، وأهم سلبياتها لتكتمل ملامح الصورة .

أولاً : مميزات الصحافة :

تستمد الصحافة أهميتها من وظائفها التي سبق عرضها ، حيث أن الصحافة لها رسالة يجب أن تؤديها لمصلحة المجتمع الذي توجد فيه ... وتتمتع الصحافة بعدد كبير من المميزات منها ما يلي :

١- توفر الصحافة للقارئ اختيار المطبوعة التي تتفق مع حاجاته وإمكاناته . فهو يختار من بين عشرات من الصحف ما يتفق مع رغبته ، من حيث محتواها ، أو ثمنها ، أو حجمها ... الخ وبجانب ذلك فإن الصحافة توفر للقارئ كذلك ، الحرية فى اختيار المادة الصحفية التي تتفق مع حاجاته ، واهتماماته الأساسية ، من بين عشرات الأنواع من المواد الصحفية المنشورة .

كما توفر الصحافة للقارئ السيطرة على ظروف التعرض لها ، فالقارئ يقرأ الجريدة ، أو المجلة في الوقت الذي يختاره ، ويتفق مع ظروفه ، وفي المكان الذي يناسبه . ويحدد بنفسه من أين يبدأ ومتى ينتهي . وإذا سئم القراءة أو طرا ما يشغله ، فيمكنه أن يترك الصحيفة ليقرأها في أى وقت آخر .

كذلك توفر الصحافة للقارئ السيطرة على ظروف القراءة ، حيث تتوفر الوسائل المطبوعة بخاصية سهولة الحفظ والاقتناء ، والاحتفاظ بالمعلومات أطول مدة ممكنة . وهي بهذا تتيح الفرصة لمستقبل الرسالة الإعلامية لكي يرجع إليها عند الحاجة ، وأكثر من مرة ، ليتثبت من بعض النقاط التي يود التركيز عليها . كما أنها تساعد على النقد البناء ، حيث تتيح للقارئ تكرار القراءة والتفكير بروية فيما يقرأه ، ثم تخيل ما يمكن تخيله ، ويعد ذلك سهلاً عليه أن يقوم بنقد ما قرأه .

٢- تمتاز الصحف بسعة الانتشار ، حيث توزع في كافة أنحاء البلد الذي تصدر فيه ، وغالباً ما توزع في البلدان المجاورة أيضاً ، كما أسهم البريد العادي والجوي في سرعة إيصال الصحف إلي جميع المناطق ، حتى أصبحت السرعة في التوزيع صفة لازمة للصحافة .. وفوق ذلك نجد الآن بعض الصحف يتم نقل صفحاتها بالاقمار الصناعية ، وطبعها في عدد من البلاد المختلفة ، في نفس وقت طبعها في مقرها الرئيسي بالبلد الذي تصدر فيه أصلاً ... علاوة على أن بعض الصحف تترجم إلي عدة لغات غير لغتها الأصلية ، وهذا يسهم في الانتشار الواسع لها بين مختلف القراء . فالصحيفة قابلة للنقل والتحرك من مكان إلى مكان . وهي لذلك قابلة للتداول بين مختلف الطبقات ، ويمكن تبادل الاستفادة مما فيها ، والانتفاع بمضمونها الإعلامي أكثر من مرة على يد أكثر من شخص ، وهي من هذه الناحية مفيدة في تثبيت الرسالة الإعلامية عن طريق التكرار ، وعن طريق التعدد .

كما تعتبر الصحافة مرآة يشاهد فيها كل من كان يعيش خارج الدائرة المكانية للدولة صورة نابضة بالحياة والحركة . ويرى فيها محيطاً هادراً بالنشاط المتنوع للأفراد والجماعات ، وتستطيع الصحف أن تقدم لقرائها أخبار اللحظة الأخيرة بسبب تقدم وسائل الطباعة والنقل .

٣- الصحف سهلة التناول فحجمها صغير ، وموضوعاتها متعددة متنوعة تقرأ بسرعة ، فهي تتألف من الأخبار ، وما يتصل بها من تحليل ، وتعليق ، ومقالات ، وأحاديث ، وتحقيقات صحفية الخ . والسعر الزهيد للصحيفة عامل هام من عوامل انتشارها ، لأن بإمكان أى قارئ أن يشتريها بالرغم من انخفاض مستوى معيشتة .

٤- تتميز الصحافة بمجموعة من السمات والخصائص ، التي تجعل لها أهمية خاصة في ميدان الإعلام . فهي مصدر فياض للمعرفة الناضجة الطازجة ، وذلك بالنسبة للعامة والخاصة على السواء . وتساعد على محو الأمية الثقافية لدى أنصاف المتعلمين ، بما تنشره من أفكار ومعلومات ودراسات . ولها أيضا أثر عميق في تحقيق الوحدة الثقافية للأمة ، ومنها تتوصل إلى الوحدة الاجتماعية ، إذا توفرت لها مجموعة أخرى من المقومات الأساسية ، التي تعتبر الوحدة الثقافية على رأسها دون شك .

كما أن الصحافة ذات خاصية منشطة للحركة الاقتصادية ، عن طريق ما ينشر فيها من تحقيقات ، وبحوث ، ولقاءات ، وندوات ، وإعلانات ذات طابع اقتصادي ... وهي أيضا وسيلة سريعة وسهلة لتعميم البيانات والقرارات الحكومية . وتصلح مرجعاً لما ينشر من هذه البيانات والقرارات ، إذا أمكن جمعها وترتيبها . وهي مرآة يشاهد فيها كل ما كان ...

٥- تتميز الصحافة بأن قارئها يقوم بنفسه بتحصيل فحواها ، فهو لا يحتاج إلى وسيط لنقل ما فيها من معلومات إلى ذهن القارئ . بل يكفي أن يعرف المتلقي القراءة أو يجيدها ليستطيع الإحاطة بمضمون المواد التي تنشرها الصحيفة . ويقوم على إبراك معانيها دون حاجة إلى استيعاب المهارات القرائية الأخرى ، كسرعة القراءة ، أو القدرة على اختزان المقروء ، أو الإجابة في تلخيص ما يقرأ ... الخ وهكذا يستطيع القارئ دون أي وسيط آخر أن يحصل مضمون ما في الصحيفة بنفسه ولنفسه . ومن ثم يتوفر لديه الدافع الشخصي ليحدد لنفسه موقفاً ، مما تنشره الصحيفة دون وصاية أخرى مفروضة عليه في هذا الصدد .

٦- تؤثر المواد المقروءة في نفس المتلقي من ناحية حفزه على تأكيد ذاته ، وشحن قواه العقلية في فهم ما يقرأ ، وفك رموزه ، وقيامه بمهمة المعلم لنفسه ، ومن المعلوم سيكولوجياً أن قيام المتلقي بمهمة التلقين والتعليم لنفسه ، يزيد ما يتلقاه عمقا وثباتا وقوة ، سواء في محاولة تحليله للرموز القرائية ، أو مجهوده الذي يبذله في فهم المعاني والعبارات الغامضة ، مما يعطيه إيجابية في الفهم وتأكيداً للذات ، وقدرة عقلية على الاقتناع والاعتقاد .

٧- يرى البعض أن هناك نقاط ضعف في الوسائل المطبوعة ، تعتبر في نفس الوقت مصدر قوة أكثر من غيرها ، حيث يتطلب من القارئ جهداً أكبر من أي وسيلة اتصالية أخرى . ذلك أن جهد القراءة يعتبر كبيراً بالنسبة للكثيرين غير المتدربين على القراءة السريعة ، إلا أن كثرة القراءة توفر للقارئ هذا التدريب ، وتقلل من المجهود المبذول فيها . بالإضافة إلى أن الصحافة توفر حالياً بين أشكالها المتعددة ما يتناسب مع كل المستويات التعليمية .

٨- تتميز الصحافة في وجود عنصر له أثر هام في رفع مكانتها ، يكمن في الوزن الثقيل لكثير من الأشخاص ذوي العلاقة بالمهنة ، فقد كان بعض أقدر الكتاب في القرن العشرين من رجال الصحافة المحترفين ... وقد كان من نواحي فخار وليم ألن هوايت ، وفرانكلين آدمز ، ووالتر ليبمان وكثير غيرهم - على سبيل المثال - أن يُعرفوا ويُشتهروا كصحفيين ، ونتيجة لذلك أصبح كبار المبرزين من الصحفيين في العالم ، يقومون بأنوار المستشارين لدى رؤساء دولهم ، وكبار المسئولين فيها من القادة والزعماء .

٩- في البلاد الإسلامية عندما تكون الصحافة في يد مسلمة واعية ، فإنها يمكنها أن تقوم بدور هام في الدعوة الإسلامية ، فهي ميدان خصب لطرح الفكر الإسلامي والعقيدة الإسلامية ، ومناقشة الآراء المعادية . لأن هذا الأمر يحتاج إلى بسط للأمور ، وبيان لكافة الجوانب ، وتزداد أهمية ذلك إذا كتبها أصحاب الاختصاص .

والصحف تسمح بعرض المسائل المعقدة ، ولكن بشرط أن تكون اللغة مبسطة ، لأنها لكافة الطبقات والفئات . كما تتميز بقدرتها على التصرف في المادة التي تنشرها في أي حجم، وبأية تفصيلات تظهر الحاجة إليها ... والصحافة كذلك مجال واسع لملاحقة أخبار العالم الإسلامي مع تحليلها من وجهة النظر الإسلامية . وقد علمنا مما سبق أن نقل الأخبار ، وتحليلها ، والتعليق عليها من أهم وظائف الصحافة ... فكل صحيفة تعالج موضوعاتها من وجهة نظرها ، أو بالأصح من وجهة نظر الجهة التي تنتمي إليها ، أو ترتبط بها ، أو تدور في فلكها . كذلك فإن الصحافة - كما رأينا من قبل عند ذكر وظائفها - تصبح وثيقة يعتمد عليها في التأريخ لتلك الفترة . والمؤرخون المسلمون المعاصرون في حاجة ماسة إلى هذه الوثائق ، لتكون عوناً لهم وللاكتين من بعدهم مستقبلاً ، لعرض الحقائق من وجهة نظر إسلامية ، خاصة وأن كثيراً من الحقائق قد طمست عبر وسائل الإعلام العلمانية سواء كان عن عمد أو عن غير عمد .

ثانياً : سلبيات الصحافة :

كانت تلك بعض مميزات الصحافة ، وعلى الجانب الأخر يوجد للصحافة عدد من السلبيات من بينها ما يلي^(١) :

١- يقول البعض أن السلطات تتصارع من خلف الستار على شراء الصحف ، ويدون أن يشعر القارئ بتغير وجهة الصحيفة ويتغير معها حاكمه . فالمال ينتصر هنا أيضاً ويسخر العقول لخدمته .

(١) راجع في ذلك كتاب (الصحافة) - خليل صابات - مرجع سابق ص ٣١٤ وما بعدها بتصرف .

- ٢- ويقول هذا البعض أيضا إنه لا يوجد مروض يتمتع بالسيطرة على وحوشه مثل الصحيفة . وإذا ترك جمهور القراء فإنه يحتل الشوارع ، ويقتحم الهدف الذي عينته له الصحيفة ، ويهدد ويحطم كل ما تصل إليه يده . وتكفى إشارة من عصا الصحيفة لكي يسكت هذا الجمهور فوراً ويعود من حيث أتى .
- ٣- كما يقولون إن الصحافة اليوم جيش منظم بدقة ، يقوم فيه الصحفيون بدور الضباط ، ويقوم القراء بدور الجنود . وكما يحدث في كل جيش - حيث يطيع الجنود الأوامر طاعة عمياء - يتغير هدف الحرب ، وتتغير خطط العمليات الحربية دون علم الجندي ، ويحدث نفس الشيء في الصحافة .
- ٤- تستطيع الصحافة أن تحكم بالاعدام على أية حقيقة برفض نشرها . إنها رقابة السكوت المرعبة ، ومما يزيد قوتها أن جمهور القراء يجهلون وجودها .
- ٥- يأتي تأثير الصحافة كذلك من شكلها المادي ، فالصحيفة تتمتع بقوة الكلمة المطبوعة . وبهذا العامل النفسى ، فإن القارئ يعتقد أن الصحيفة لن تخدعه حيث يوجد ملايين من القراء يصدقونها بسرعة . وإذا لم تكن الصحيفة تتمتع بالسحر الذى يتمتع به الخطيب ، وبالتأثير الوجدانى الذى يربطه بالاستماع ويشيع الإيمان فيه ، فإن الصحيفة تتفوق على الخطيب فى أنها تستطيع أن تكرر بصفة مستمرة الحجج التى تسوقها ، وتقدمها بحيل مختلفة ، وعلى شكل جرعات صغيرة ، وتواصل الصحيفة تأكيد الأفكار نفسها ، والحقائق ذاتها ، حيث ينتهى المطاف بالقارئ إلى اعتبارها أشياء ثابتة لا يرقى إليها الشك ، فلا يفكر حتى فى مناقشتها .
- ٦- الصحيفة لا تستطيع أن تعين مراسلين لها فى كل أنحاء العالم ، ولذلك تحصل على أغلب أخبارها من وكالات الأنباء ، وهذه الوكالات تقع فى أيدي اتحادات خاصة ، تعمل فى خدمة مصالح اقتصادية ، أو تحت وصاية الحكومات .. والصحف فى البلاد الرأسمالية تسير وفق خط ترسمه مداورات مجلس التحرير ، الذى يختفى وراء المديرين الحقيقيين للصحيفة ، وهم الأحزاب ، ورجال المال .. وللصحافة تأثيرها الذى يتزايد ضرره ، فالدعاية تختفى وراء الخبر الذى يبدو فى الظاهر أنه موضوعى وراء الرسم والفكاهة ... الخ . كما أن أحسن المطابع وأهم مخازن الورق فى أيدي أصحاب رؤوس الأموال ، وشراء دور النشر ورشوة الجرائد أمر ميسور للاحتكارات المالية .

٧- يقال بعدم وجود الصحافة التي تخدم الصالح العام ، ذلك أن الاهتمام بالحقائق الموضوعية ، يأتى بعد الاهتمام بعدد النسخ الموزعة ، ولم تعد الصحيفة سوى مشروع تجارى واسع ، لا يستطيع أن يعيش إلا ضمن اتحاد رأسمالى أو حكومى ، يقوم فى الوقت نفسه بصنع الورق والحبر والأخبار والرأى والعملاء ، مما حدى ببعضهم أن قال : « لو استطاع الطاعون أن يتجسد ويتصرف برؤوس أموال ضخمة ، لسرعان ما ظهرت صحف تمجد الطاعون ورسالته التاريخية وأيديه البيضاء » .

ويتفق المعنيون بشئون الاعلام على أن تصنيع الصحافة هو الذى يعرض استقلالها للخطر ، لأنه يوجهها وجهة التجارة والإثارة . فالصحافة المصنعة تتطلب توظيف رؤوس أموال ضخمة ، يحاول أصحابها استقلال الصحف إلى أقصى حد ممكن . ومن هنا نشأت الحاجة إلى التوزيع الضخم للصحف . فتصنيع الصحافة وضعها أمام مشكلات مالية جديدة ، لم تكن تعرفها فى أول عهدها . وأن حاجتها إلى رؤوس أموال ضخمة يعرضها لخطر الوقوع تحت سيطرة رجال المال ونفوذهم .

٨- يضاف إلى ذلك أن المنافسة القائمة بين الصحف على توزيع أكبر عدد من النسخ ، جعلها تلجأ إلى طرق مخالفة تماماً للمبادئ التى وجدت للدفاع عنها ، فهى تفضل تخصيص مساحات كبيرة لأخبار الجريمة التى يقبل عليها السواد الأعظم من القراء ، على المقالات الهادفة الرصينة التى تزيد القارئ علم ، وترفع من مستواه الثقافى ، وتعدده ليكون مواطناً صالحاً . ولهذا السبب دالت نولة صحف الرأى أو كادت . ولم يعد يوجد إلا الصحف التى تُعنى بالأخبار المثيرة والمسلية .

٩- يقول أحد الصحفيين : أن الشراء المنتظم لصحيفة يومية واحدة أو لعدة صحف ، هو بالنسبة لعدد كبير من الناس عملية لا شعورية ، شبيهة بالتى تصدر عن مدمن التدخين الذى يشعل سيجارته ، أكثر من كونها رغبة حقيقية فى العلم أو التسلية . وأن أصحاب الصحف الذين يريزون تحت أعباء مالية ثقيلة ، يرون أنفسهم مضطرين إلى زيادة التوزيع ، فيقدمون للجمهور السلعة التى يطلبها . والجمهور يريد كل ما هو جديد وغريب . وقد استفادت الصحف من ذلك وأصبحت تنشر كل ما يرضى هذا الميل عند القراء . فالصحافة كظاهرة اجتماعية لابد أن تعكس حال المجتمع الذى تعيش فيه .

* * *

قائمة المراجع

* إبراهيم إمام (دكتور)

- وكالات الأنباء (القاهرة - دار النهضة ١٩٧٢) .
- فن الاخراج الصحفى (القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٥٧) .
- الإعلام والإتصال بالجماهير (القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٥) .
- دراسات فى الفن الصحفى (القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٢) .

* إبراهيم عبده (دكتور)

- دراسات فى الصحافة الأدبية تاريخ وفن (القاهرة - مطبعة جامعة فؤاد الأول - الطبعة الأولى ١٩٥١) .

* إبراهيم وهبى

- الخبر الإذاعى (القاهرة - دار الفكر العربى ١٩٨٠) .

* إجلال خليفة (دكتورة)

- الصحافة مقروءة مرئية مدرسية مسجدة تجارية إدارية (القاهرة - دار الطباعة الحديثة ١٩٧٦) .
- إتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفى - الجزء الثانى (القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٣) .
- علم التحرير الصحفى وتطبيقاته العملية فى وسائل الإتصال الجماهيرية - الجزء الأول (القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٨٠) .

* إحسان مسكر (دكتورة)

- الخبر ومصادره (القاهرة - عالم الكتب) بدون تاريخ .

* أحمد حسين الصاوى (دكتور)

- تقرير عن التدريس الإعلامى فى الدول العربية (جامعة الرياض (السعودية) ندوة الدراسات الإعلامية فى العالم العربى من ٧ إلى ١١/١/١٩٧٨) .

- * أحمد حسين الصاوي (دكتور) وحمدي قنديل
- مدخل تقرير المعاهد والمراكز الإعلامية (جامعة الرياض - ندوة الدراسات الإعلامية في العالم العربي من ٧ إلى ١١/١/١٩٧٨) .
- * آدموند كولنتز (ترجمة أنيس صايغ)
- فن الصحافة (بقلم أعلام الصحفيين) - بيروت ١٩٥٨ .
- * أيريك بارنو (ترجمة صلاح عز الدين وآخرون)
- الاتصال بالجامير (القاهرة ١٩٦٢) .
- * أشرف محمود صالح (دكتور)
- الطباعة وتيبوغرافية الصحف (القاهرة - العربي للنشر والتوزيع ١٩٨٤) .
- * أميل بواغان (ترجمة محمد اسماعيل محمد)
- تاريخ الصحافة (القاهرة - الدار المصرية للطباعة والنشر - الألف كتاب ١١٨)
* الأهرام - العدد ٣٨٧٨١ بتاريخ ٩ فبراير ١٩٩٣ .
- * بشير العوف
- الصحافة / تاريخاً وتطوراً وفناً ومسئولية (بيروت - المكتب الإسلامي ١٩٨٧) .
- * توماس برى (ترجمة مروان الجابري)
- الصحافة اليوم / تطورها وتطبيقاتها العملية (بيروت - مؤسسة بدران وشركاه ١٩٦٤) .
- * جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض .
- دليل القبول بالجامعة ، للعام الجامعي ١٤٠٥ / ١٤٠٦ هـ والعام الجامعي ١٤٠٧ هـ .
- * جلال الدين الهمامي
- المندوب الصحفي (القاهرة - دار المعارف ١٩٦٣) .
- من الخبر إلى الموضوع الصحفي (القاهرة - دار المعارف ١٩٦٥) .
- الصحيفة المثالية (القاهرة - دار المعارف ١٩٧٢) .

- * جمال العطيفى (دكتور)
 - حرية الصحافة - الجزء الثانى (القاهرة ١٩٧٤) .
- * جون هومبرج (ترجمة ميشيل تكللا)
 - الصحفى المحترف (القاهرة - الطبعة الرابعة ١٩٨٢) .
- * جيهان أحمد رشتى (دكتورة)
 - الإعلام ونظريات فى العصر الحديث (القاهرة ١٩٧١) .
 - نظم الاتصال / الجزء الأول / الإعلام فى الدول النامية (القاهرة ١٩٧١) .
 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة ١٩٧٥) .
- * حسنى عبد القادر (دكتور)
 - إدارة الصحف (القاهرة ١٩٧٥) .
 - الصحافة كمصدر للتاريخ (القاهرة ١٩٧٥) .
- * حمدى قنديل
 - تقرير عن التدريب الإعلامى فى الدول العربية (جامعة الرياض - ندوة الدراسات الإعلامية فى العالم العربى من ٧ إلى ١١ / ١ / ١٩٧٨) .
- * خليل صابات (دكتور)
 - وسائل الاتصال / نشأتها وتطورها (القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية - الطبعة الثالثة ١٩٨٢) .
 - الصحافة رسالة / استعداد وفن وعلم (القاهرة - دار المعارف - الطبعة الثالثة ١٩٦٧) .
 - تاريخ الطباعة فى الشرق العربى (القاهرة - دار المعارف المصرية - الطبعة الثانية ١٩٦٦) .
 - قصة الطباعة (القاهرة - مكتبة الهلال ١٩٥٧) .
- * دار الشعب ومؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر
 - الموسوعة العربية الميسرة (القاهرة - دار الشعب - الطبعة الثانية ١٩٧٢) .

- * دافيد بوتر (ترجمة محمد مصطفى غنيم)
 - مخبرو الصحف (القاهرة - دار الفكر العربى ١٩٦٦).
- * نوان برادلى (ترجمة محمود سليمة)
 - الجريدة ومكانتها فى المجتمع الديمقراطى .
- * روبر ديمون
 - صناعة الصحافة (كتاب مترجم صادر عن اليونسكو - بدون تاريخ) .
- * الزبير سيف الإسلام
 - علم الإعلام والسياسات الإعلامية فى العالم الثالث (مطبوعات المركز العربى للدراسات الإعلامية ١٩٨١) .
- * ستانلى چونسون وچوليان هاريس (ترجمة وديع فلسطين)
 - استقاء الأنباء فن / صحافة الخبر (القاهرة - دار المعارف المصرية ١٩٦٠) .
- * سعيد محمد السيد (دكتور)
 - إنتاج الأخبار فى الراديو والتلفزيون (القاهرة - عالم الكتب ١٩٨٨) .
- * سمير صبحى
 - دهايز الصحافة (القاهرة - بدون تاريخ) .
- * صالح أبو أصبع
 - إدارة المؤسسات الإعلامية فى الوطن العربى (دمشق ١٩٨٤) .
- * صليب بطرس (دكتور)
 - إدارة الصحف (القاهرة - الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٧٤) .
- * عامر إبراهيم قنديلجى
 - المعلومات الصحفية وتوثيقها / الأرشيف الصحفى (بغداد ١٩٨١) .
- * عبد العزيز شرف الدين (دكتور)
 - فن التحرير الإعلامى (القاهرة ١٩٨٠) .

* عبد العزيز الفنام (دكتور)

- مدخل فى علم الصحافة / الجزء الأول / الصحافة اليومية (القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية - الطبعة الثانية ١٩٧٧) .

* عبد اللطيف حمزة (دكتور)

- المدخل فى فن التحرير الصحفى (القاهرة - دار الفكر العربى - الطبعة الرابعة ١٩٦٨) .

- أزمة الضمير الصحفى (القاهرة - دار الفكر العربى ١٩٦٠) .

* عثمان لطفى / سكرتير عام تحرير دار أخبار اليوم

- مقابلة شخصية مع فى مكتبه بالجريدة بتاريخ ١٩٩٣/١/٢٣ .

* عدنان الحلوجى

- صاحبة الجلالة الصحافة (دمشق ١٩٧٢) .

* على عوجة (دكتور) وآخرون

- مقدمة فى وسائل الاتصال (جدة - مكتبة مصباح ١٩٨٩) .

* فاروق أبو زيد (دكتور)

- فن الخبر الصحفى (جدة - دار الشروق - الطبعة الثانية ١٩٨٤) .

- فن الكتابة الصحفية (القاهرة ١٩٨١) .

- مدخل إلى علم الصحافة (القاهرة - عالم الكتب ١٩٨٦) .

- الصحافة المتخصصة (القاهرة - عالم الكتب ١٩٨٦) .

- مذكرات فى الصحافة (بدون تاريخ - مطبوع بالآلة الكاتبة) .

* فرنسوا تيرو - وبيار ألبير

- تاريخ الصحافة (بيروت - المنشورات العربية - بدون تاريخ) .

* فرمان ترو (ترجمة محمد الفندور)

- الإعلام (بيروت - المنشورات العربية - بدون تاريخ) .

- * شروذر بوند (ترجمة راجي صهيون)
 - مدخل إلى الصحافة (بيروت ١٩٦٤) .
- * الفيكوت فيليب دي طرازي
 - تاريخ الصحافة العربية (أربعة أجزاء) بيروت المطبعة الأدبية (الجزء الأول والثاني عام ١٩١٣ والجزء الثالث عام ١٩١٤ - والجزء الرابع - بيروت المطبعة الأمريكية عام ١٩٣٣) .
- * كرم شلبي (دكتور)
 - الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية (القاهرة ١٩٨٤) .
- * كلية الآداب والعلوم الإنسانية / جامعة الملك عبد العزيز بجدة .
 - دليل كلية الآداب والعلوم الإنسانية عام ١٠٤٢ / ١٤٠٣ هـ .
- * كلية الإعلام / جامعة القاهرة
 - كلية الإعلام في عشر سنوات
 - * لطفى ناصف (دكتور)
 - الأخبار الصحفية / صناعة - سياسة - فن (القاهرة - مطبعة التيسير ١٩٨٨)
 - * ليونارد راي تيل ودون تيلور (ترجمة همدى عباس)
 - مدخل إلى الصحافة / جولة في قاعة التحرير (القاهرة/الدار الدولية للنشر والتوزيع - الطبعة العربية الأولى ١٩٩٠)
- * المؤتمر العلمي الأول لكلية الإعلام جامعة القاهرة
 - مجموعة البحوث والدراسات والأوراق الفنية المقدمة لندوة (مستقبل الدراسات الإعلامية في مصر التي عقدت بالقاهرة من ٢٧ إلى ٢٩ ديسمبر ١٩٨١) .
- * محمد خيرى الوادى
 - دليل أجهزة الإعلام في العالم (بيروت - دار المسرة ١٩٨٢)
- * محمد سيد محمد (دكتور)
 - اقتصاديات الإعلام (الكتاب الأول) المؤسسة الصحفية (القاهرة - دار الثقافة العربية ١٩٨٩) .

- * محمد صالحه وسميح أبو مطلى
- تاريخ الصحافة العربية (عمان - بدون تاريخ)
- * محمد عبد الحميد (دكتور)
- الصحافة العسكرية فى مصر [١٩٥٢-١٩٧٣]
- * محمد فتحى عبدالهادى (دكتور)
- مراكز المعلومات الصحفية (الرياض - بدون تاريخ)
- * محمد فريد محمود عزت (دكتور)
- قاموس المصطلحات الإعلامية / إنجليزى - عربى (جدة - دار الشروق ١٩٨٤)
- وكالات الأنباء فى العالم العربى (جدة - مكتبة العلم ١٩٨٣)
- بحوث فى الإعلام الإسلامى (جدة - دار الشروق ١٩٨٣)
- دراسات فى فن التحرير الصحفى / فى ضوء معالم قرآنية (جدة - دار الشروق ١٩٨٤)
- وسائل الإعلام السعودية والعالمية / النشأة والتطور (جدة - دار الشروق ١٩٩٠)
- * محمود أدهم (دكتور)
- فن تحرير التحقيق الصحفى (القاهرة ١٩٧٩)
- أسماء على الصفحات (القاهرة ١٩٨٨) .
- * محمود علم الدين (دكتور)
- المجلة / التخطيط لأصدارها ومراحل إنتاجها (القاهرة ١٩٨٠)
- الصورة الصحفية / دراسة فنية (القاهرة - العربى للنشر والتوزيع - بدون تاريخ)
- * محمود فهمى (دكتور)
- الفن الصحفى فى العالم (القاهرة دار المعارف ١٩٦٤)
- * محمود شهيدى / مساعد رئيس تحرير الأهرام
- لقاءاته فى مكتبة الجريدة بتاريخ ١٩٩٣/٧/٢٥

- * مختار التهامي (دكتور)
 - الصحافة والسلام العالمى (القاهرة ١٩٦٨)
 - * المركز العربى للدراسات الاعلامية للسكان والتنمية والتعمير
 - معاهد الصحافة والاعلام فى الوطن العربى (القاهرة ١٩٧٦)
 - * المعهد العالى للدعوة الاسلامية بالمدينة المنورة
 - دليل المعهد العالى للدعوة الاسلامية بالمدينة المنورة فرع جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية
 - * المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم
 - بحوث مختلفة من مجلة العالم العربى - دورية الدراسات الاعلامية - نصف سنوية (تونس ١٩٨٨)
 - * ناجى قمحه /مدير تحرير جريدة الجمهورية
 - لقاء معه فى مكتبه بجريدة الجمهورية بتاريخ ١٩٩٣/١/٢٣
 - * نبيه غطاس (المحامى)
 - معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وأدارة الأعمال/انجليزى - عربى (بيروت - الطبعة الثالثة ١٩٨٢)
 - * نعمان ماهر الكنفانى
 - مدخل فى الاعلام (بيروت ١٩٦٨)
 - * هريوت سترنو (ترجمة سميرة ابوسيف)
 - المراسل الصحفى ومصادر الاخبار (القاهرة - الدار الدولية للنشر والتوزيع ١٩٨٩)
 - * هشام توفيق بهرى
 - صحافة الغد (القاهرة - بنون تاريخ)
 - * وارن اجى واخوان (ترجمة ميشيل تكللا)
 - وسائل الاعلام /صحافة - إذاعة - تليفزيون (القاهرة - مكتبة الوعى العربى ١٩٨٤)

* والتر فاندايك بنجهام وبروس فيكتور موز (ترجمة شارق عبد القادر
وأخر)

- سيكولوجية المقابلة (القاهرة ١٩٦١)

* وقائع جلسات ومناقشات وأبحاث

- الندوة العلمية الأولى لعمداء كليات ومعاهد ومدارس الصحافة في البلاد العربية
(القاهرة من ٢٢ إلى ٢٨ نوفمبر ١٩٧٦)

* الوقائع المصرية

- العدد ٣٣ بتاريخ ٢ مارس ١٩٣٦

* وليام ريفرز وآخرون (ترجمة إبراهيم إمام)

- وسائل الإعلام والمجتمع الحديث (القاهرة ١٩٧٥)

* وليم الميرى (دكتور)

- الأخبار/مصادرها ونشرها (القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٦٨)

محتويات الكتاب

رقم الصفحة

الموضوع

١ مقدمة

الفصل الأول : نشأة الصحافة وتطور تدريسها في

١ العالم

٢ المبحث الأول : نشأة الصحافة وتطورها في العالم .

المبحث الثاني : تطور تدريس الصحافة والإعلام في

٢٠ العالم .

المطلب الأول : أهمية تدريس الصحافة

٢١ والاعلام .

المطلب الثاني : تطور تدريس الصحافة والاعلام

٢٦ في العالم .

المطلب الثالث : تطور تدريس الصحافة

٢٩ والاعلام في مصر .

المطلب الرابع : تطور تدريس الصحافة والإعلام

٣٤ في العالم العربي .

المطلب الخامس : مقترحات للنهوض بتدريس

٤٤ الصحافة والإعلام .

٥٠ الفصل الثاني : الصحافة بمعنى الشكل .

٥٣ المبحث الأول : الجرائد وأنواعها .

المبحث الثانى : المجالات وأنواعها . ٥٦

الفصل الثالث : الحرفة والمهنة فى الصحافة . ٦١

المبحث الأول : الحرفة فى الصحافة . ٦٢

المطلب الأول : ملكية الصحف وإصدارها

وتنظيمها . ٦٤

المطلب الثانى : الصناعة فى الصحافة . ٧٥

المطلب الثالث : التجارة فى الصحافة . ٨٠

المبحث الثانى : المهنة فى الصحافة . ٩٢

المطلب الأول : جهاز التحرير فى الجريدة . ٩٤

المطلب الثانى : جهاز التحرير فى المجلة . ١٤٢

المطلب الثالث : العمل فى جهازى التحرير

بالجريدة والمجلة . ١٥٤

المطلب الرابع : تطبيقات من الصحف

المصرية . ١٦٢

الفصل الرابع : المادة الصحفية . ١٦٨

المبحث الأول : فن الخبر الصحفى . ١٦٩

المبحث الثانى : فن المقال الصحفى . ١٨٠

المطلب الأول : تمهيد حول المقال . ١٨١

المطلب الثانى : فن المقال الافتتاحى . ١٨٦

المطلب الثالث : فن العمود الصحفى . ١٩٣

المطلب الرابع : فن اليوميات الصحفية . ١٩٨

المطلب الخامس : الأسمية واللا إسمية فى

الصحافة . ١٩٩ _____

المبحث الثالث : فن التحقيق الصحفى . ٢٠٣ _____

المبحث الرابع : فن الحديث الصحفى . ٢١٤ _____

الفصل الخامس : وظائف الصحافة . ٢٣٨ _____

قائمة المراجع . ٢٥٠ _____

محتويات الكتاب . ٢٥٩ _____

تم الجمع التصويري والطبع لهذا الكتاب
بمكتب أحمد فؤاد للكمبيوتر
٦٧٥٦٦٢ - ٢٥٨٠٣٤٥

(حقوق الطبع والتوزيع والنشر محفوظة للمؤلف)

١٩٩٣

